

HUBUNGAN ANTARA *GROWTH MINDSET* DENGAN KEPERCAYAAN

DIRI NANO BEAUTY INFLUENCER* PENGGUNA *INSTAGRAM

SKRIPSI

Diajukan kepada Program Studi Psikologi Islam

Jurusan Psikologi dan Psikoterapi

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi



Oleh :

HANINGRUM ROSSA ZABBA

NIM.191141053

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM
JURUSAN PSIKOLOGI DAN PSIKOTERAPI
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
UIN RADEN MAS SAID SURAKARTA
TAHUN 2023**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

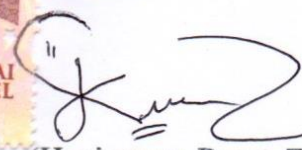
Nama : Haningrum Rossa Zabba
NIM : 191141053
Tempat, Tanggal Lahir : Blitar, 12 April 2001
Program Studi : Psikologi Islam
Jurusan : Psikologi dan Psikoterapi
Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah
Alamat : Blitar
Judul Skripsi : Hubungan Antara *Growth Mindset* Dengan
Kepercayaan Diri Pada *Nano Beauty*
Influencer Pengguna *Instagram*

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri, jika di kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya. maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum. Demikian Pernyataan ini saya buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 27 Januari 2023



Penulis,


(Haningrum Rossa Zabba)

DR. RETNO PANGESTUTI, M.PSI., PSIKOLOG.

DOSEN FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Sdri. Haningrum Rossa Zabba

Kepada Yth

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

Universitas Islam Negeri Mas Said Surakarta

di

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan seperlunya terhadap skripsi saudara:

Nama : Haningrum Rossa Zabba

NIM : 191141053

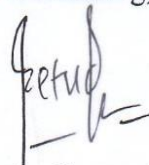
Judul : Hubungan Antara *Growth Mindset* Dengan Kepercayaan Diri Para Nano *Beauty Influencer* Pengguna *Instagram*

dengan ini kami menilai skripsi tersebut dapat disetujui dan diajukan pada Sidang Munaqosyah Program Studi Psikologi dan Psikoterapi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 27 Januari 2023

Pembimbing,



(Dr. Retno Pangestuti, M.Psi., Psikolog,)

NIP. 19790415 200912 2 002

HALAMAN PENGESAHAN
HUBUNGAN ANTARA *GROWTH MINDSET* DENGAN KEPERCAYAAN
DIRI *NANO BEAUTY INFLUENCER* PENGGUNA *INSTAGRAM*

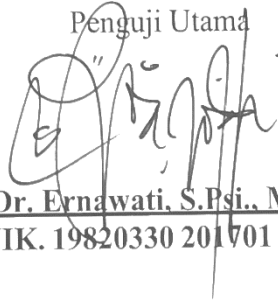
Disusun Oleh:

Haningrum Rossa Zabba

191141053

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Pada Hari Senin, 20 Februari 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
Guna memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Surakarta, 20 Maret 2023

Penguji Utama



Dr. Ernawati, S.Psi., M.Si.
NIK. 19820330 201701 2 122

Penguji II/Ketua Sidang



Dr. Retno Pangestuti, M.Psi., Psikolog.
NIP. 19790415 200912 2 002

Penguji I/Sekretaris Sidang



Triyono, S.Sos.I., M.Si.
NIK. 19821012 201701 1 170

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Prof. Dr. Islah, M.Ag.

NIP. 19730522 200312 1 001

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Bapak Nanang Fahrurozi dan ibuku tercinta Siti Masudah
2. Adik-adikku yang kusayangi Zufa Rofifi Azkiai, Kharfi Musoffa, dan Asika Sofia

MOTTO

"Ilmu ada tiga tahapan. Jika seseorang memasuki tahapan pertama, dia akan sombong. Jika dia memasuki tahapan kedua, maka dia akan rendah hati. Jika dia memasuki tahapan ketiga, maka dia akan merasa bahwa dirinya tidak ada apa-apanya."

(Umar bin Khattab)

ABSTRAK

Haningrum Rossa Zabba. (191141053), *Hubungan Antara Growth Mindset Dengan Kepercayaan Diri Nano Beauty Influencer Pengguna Instagram.* Program Studi Psikologi Islam. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. 2023.

Kepercayaan diri mengacu pada kemampuan melakukan sesuatu dengan baik. Bagi *nano beauty influencer*, kepercayaan diri berkaitan erat dengan keyakinan akan ketercapaian tujuan yang diinginkan pada bidang pekerjaannya. *Nano beauty influencer* ialah *influencer* kecantikan dengan 1000-10.000 pengikut di akun media sosialnya. *Growth mindset* menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara *growth mindset* dengan kepercayaan diri pada *nano beauty influencer* pengguna *Instagram*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Sampel penelitian berjumlah 384 responden *nano beauty influencer* pengguna *Instagram*, yang diambil dengan teknik *accidental sampling*. Pengambilan data menggunakan skala *growth mindset* dan skala kepercayaan diri. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi *Spearman* dengan bantuan perhitungan *SPSS for windows ver. 25.0*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *growth mindset* berhubungan dengan kepercayaan diri dengan koefisien korelasi sebesar $r=0,779$ dengan taraf signifikan $p=0,000$. Dengan demikian, H_a diterima dan H_0 ditolak. Adapun arah hubungannya bersifat positif yang artinya semakin tinggi *growth mindset* semakin tinggi juga kepercayaan diri *nano beauty influencer*. Nilai koefisien determinasi sebesar $R=60,6\%$, yang berarti variabel kepercayaan diri dipengaruhi oleh variabel *growth mindset* sebesar 60,6% sisanya sebesar 39,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Implikasi penelitian ini adalah kepercayaan diri *nano beauty influencer* dapat ditingkatkan dengan mempertimbangkan variabel *growth mindset*.

Kata kunci: growth mindset, kepercayaan diri, nano beauty influencer

ABSTRACT

Haningrum Rossa Zabba (191141053). **The Correlation Between Growth Mindset and Self-Confidence of Nano Beauty Influencers Who Use Instagram.** *Islamic Psychology Study Program, Faculty of Ushuluddin and Dakwah. Raden Mas Said State Islamic University, Surakarta. 2023*

Self-confidence refers to the ability to do something well. For nano beauty influencers, self-confidence is closely related to the belief in the achievement of desired goals in their field of work. Nano Beauty Influencer is a beauty influencer with 1.000–10.000 followers on their social media accounts. Growth mindset is one of the factors that influence self-confidence. The research was intended to find out the correlation between growth mindset and self-confidence of nano beauty influencers on Instagram.

The research is a quantitative study using a correlational method. The sample in this study were 384 nano-beauty influencers on instagram users. The sampling technique used an accidental sampling technique. Data retrieval uses the growth mindset scale and self-confidence scale. The analysis technique used in this study was the Spearman correlation analysis technique with SPSS calculations for Windows version 25.0.

Analysis showed that growth mindset was linked to confidence with a correlate coefficient of $r=0.779$ with a signifying $p=0,000$. This indicates that H_a is accepted and H_0 is rejected. The correlation is positive, which means the higher the growth mindset, the higher the confidence in nano beauty influencers. The determination coefficient value is $R = 60.6\%$, which means the confidence variable is influenced by the growth mindset variable of 60.6%. The remaining 39.4% is influenced by other variables. The implication of this study is that the confidence of nano beauty influencers can be enhanced by considering the variable growth mindset.

Keywords: Growth Mindset, Self-Confidence, Nano Beauty Influencer.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur yang telah kami panjatkan atas kehadiran Allah yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “*Hubungan Antara Growth Mindset Dengan Kepercayaan Diri Nano Beauty Influencer Pengguna Instagram*”, sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Psikologi Islam.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S. Ag., M.Pd., selaku Rektor UIN Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. Islah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta.
3. Dr. Retno Pangestuti, M.Psi., Psikolog., selaku Ketua Jurusan Psikologi dan Psikoterapi. Juga selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah sangat sabar dalam membimbing, memberikan motivasi, saran, masukan arahan dan nasehat dalam penyusunan skripsi ini.
4. Triyono, S.Sos.I., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Psikologi Islam. Juga selaku sekretaris sidang yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan.
5. Dr. Ernawati, S.Psi., M.Si., selaku penguji utama yang telah menguji, memberikan masukan, saran dan kritik yang membangun, sehingga skripsi ini bisa menjadi lebih baik.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan.
7. Seluruh Staff Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan pelayanan yang prima.
8. Orang tua saya yang tidak pernah putus mendoakan agar kuliah saya selalu diberi kemudahan

9. Terimakasih kepada adik-adikku karena selalu memberi semangat
10. Terimakasih kepada keluarga besar yang telah mensupport dalam pengerjaan skripsi ini
11. Seluruh teman-teman dan relasi yang telah berkenan membantu hingga Skripsi ini dapat selesai.
12. Dan terkhusus kepada diri saya sendiri, saya berterimakasih karena mampu mengerjakan skripsi ini sampai selesai

Demikianlah skripsi ini saya buat dengan sepenuh hati meskipun jauh dari kata sempurna. Tidak lupa, kritik dan saran kami harapkan agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua dan terkhusus bagi selaku penulis.

Terima Kasih

Sukoharjo, 20 Februari 2023

Penulis

Haningrum Rossa Zabba

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	ii
NOTA PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Rumusan Masalah	10
D. Tujuan	10
E. Manfaat	10
1. Manfaat Teoritis	10
2. Manfaat Praktis	10
LANDASAN TEORI	12
A. Kepercayaan Diri	12
1. Pengertian Kepercayaan Diri	12
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Diri	13
3. Aspek-aspek Kepercayaan Diri	14
B. Growth Mindset	15
1. Pengertian <i>Growth Mindset</i>	15
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Growth Mindset</i>	17
3. Aspek-aspek <i>Growth Mindset</i>	18
C. Nano Beauty Influencer	20
D. Telaah Pustaka	21
E. Hubungan Antara X dan Y (Kerangka Berpikir)	30
F. Hipotesis	33
METODE PENELITIAN	34
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	34
B. Identifikasi Variabel	34
C. Definisi Operasional Variabel	35
1. Kepercayaan Diri	35
2. Growth Mindset	35

D.	Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
1.	Populasi	36
2.	Sampel Penelitian	37
E.	Teknik Pengumpulan Data	38
1.	Skala likert.....	38
2.	Skala Growth Mindset	39
3.	Skala Kepercayaan Diri	41
F.	Teknik Validitas, Daya Beda Item dan Realibilitas	42
1.	Uji Validitas	42
2.	Uji Daya Beda Item.....	44
3.	Uji Realibilitas	44
G.	Teknik Analisis Data.....	45
1.	Uji Normalitas.....	45
2.	Uji Linearitas	46
3.	Uji Hipotesis	46
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A.	Setting Penelitian	48
B.	Tahapan Penelitian	49
C.	Hasil Analisis Data.....	50
1.	Uji Daya Beda Item.....	50
2.	Uji Reliabilitas	55
3.	Uji Asumsi.....	56
4.	Kategorisasi Data Penelitian	61
D.	Pembahasan	63
	KESIMPULAN DAN SARAN	70
A.	Kesimpulan.....	70
B.	Saran.....	70
1.	<i>Nano beauty influencer</i>	70
2.	Peneliti Selanjutnya.....	71
	DAFTAR PUSTAKA	72
	LAMPIRAN.....	76

DAFTAR GAMBAR

gambar 1 kerangka berpikir	32
----------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Table 1 Telaah Pustaka	30
Table 2 Skor skala likert	39
Table 3 blueprint skala growth mindset.....	40
Table 4 blueprint skala kepercayaan diri	42
Table 5 Hasil uji reliabilitas variabel growth mindset	55
Table 6 Hasil uji reliabilitas variabel kepercayaan diri.....	55
Table 7 Hasil Uji Normalitas	56
Table 8 Hasil Uji Linearitas	57
Table 9 Hasil Uji Hipotesis.....	59
Table 10 Distribusi frekuensi relatif skala growth mindset	61
Table 11 Kategorisasi Aspek Var Growth Mindset	61
Table 12 Distribusi frekuensi relatif skala kepercayaan diri.....	62
Table 13 Kategorisasi Aspek Var Kepercayaan Diri	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi beriringan dengan kebutuhan manusia yang ingin serba cepat, tidak terbatas wilayah dan waktu. Media sosial hadir dan menjadi *platform* daring di mana kita bisa berbagi dan mendapatkan informasi, serta bersosialisasi dengan orang lain di dunia maya. Media sosial menghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu. Dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk bisa mengakses konten satu sama lain di mana dan kapanpun berada (Nasrullah, 2019).

Menurut Nasrullah (2015) media sosial dapat dikelompokkan menjadi beberapa bagian besar yaitu *social networking* (contohnya *facebook* dan *instagram*), *blog* (contohnya *web*), *microblogging* (contohnya *twitter*), *media sharing* (contohnya *youtube* dan *snafish*), *social bookmarking* (media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita tertentu secara online), dan *wiki* (media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya.). Salah satu jenis media sosial yang diminati yaitu *Instagram*.

Instagram merupakan media sosial untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk *Instagram* sendiri (Nerika, 2016). *Instagram* saat ini diminati oleh hampir semua lapisan masyarakat, mulai dari orang tua, muda, anak-anak, remaja hingga

dewasa. Menurut Atmoko (2012) *Instagram* memiliki 5 menu utama yaitu *home page, comments, explore, news feed,* dan profil. Selain itu, aktivitas yang bisa dilakukan di *Instagram* antara lain seperti *follow, like,* komentar, dan *mention.*

Menurut hasil riset oleh Hootsuite (2019) Indonesia termasuk negara dengan pengguna *Instagram* terbanyak di Asia-Pasifik sebesar 62 juta. Tetapi menurut data yang diperoleh dari Hootsuite (2020) media sosial yang banyak diakses oleh masyarakat Indonesia yaitu *Youtube* (88%), *Whatsapp* (84%), *Facebook* (82%), *Instagram* (79%) dan *Twitter* (56%). Meskipun *Instagram* tidak menduduki sebagai peringkat pertama yang diakses masyarakat, tetapi *Instagram* menjadi tren dikalangan remaja karena *Instagram* sendiri dapat bermanfaat sebagai media komunikasi. Awalnya *Instagram* hanya berfungsi sebagai media komunikasi tetapi kini juga memiliki fungsi lain, yaitu sebagai wadah untuk mempopulerkan tren masa kini. (Jermias dkk., 2022).

Menyebarnya sebuah tren tentu tak lepas dari peran *influencer.* Hal ini tentu membuat para *infulencer* semakin gencar menggunakan *Instagram* sebagai media untuk membuat konten. Beberapa kategori konten yang diunggah *influencer* yaitu terkait konten *entertainment, health, sport, lifestyle, travel, family, parenting, food & beverages, fashion & beauty* dan *gaming.* Menurut Kementerian Perindustrian permintaan pasar terhadap produk kosmetik semakin meningkat setiap tahunnya. Karena pada saat ini, kosmetik dan perawatan kulit menjadi kebutuhan utama masyarakat

sehingga masyarakat mulai memperhatikan produk yang akan digunakan (Haerunnisa dkk., 2019). Oleh karena itu, kemunculan *beauty influencer* dapat mempengaruhi sudut pandang masyarakat dalam memilih produk kecantikan (OL, 2022).

Kemunculan *beauty influencer* juga menjadi salah satu peluang bisnis yang dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan uang di *Instagram* (Puspitarini & Nuraeni, 2019). *Influencer* ialah orang yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi keputusan orang lain karena memiliki otoritas, pengetahuan, atau hubungannya dengan audiens (Oktavia, 2020). Berdasarkan jumlah pengikut *beauty influencers* pada media social, khususnya *instagram* secara umum dibagi menjadi empat yaitu *nano influencer* (1000-10.000 pengikut akun), *micro influencer* (10.000-100.000 pengikut akun), *macro influencer* (100.000-1 jt pengikut akun), dan *mega influencer* (>1 jt pengikut akun). Meskipun *nano beauty influencer* berada dalam kategori terendah dalam jumlah pengikut tetapi kedekatan yang dibangun dengan para pengikutnya lebih kuat karena sebagian besar dari mereka mengenal secara langsung pengikutnya dan lebih mudah untuk berinteraksi (Oktavia, 2020).

Cara *nano beauty influencer* untuk berinteraksi dengan pengikutnya selain dengan membuat konten yang menarik serta kreatif, yaitu aktif membalas pertanyaan-pertanyaan pada kolom komentar dan juga *direct message* (DM). DM ini merupakan fitur yang memungkinkan seorang pengikut dapat mengirimkan pesan berupa teks, gambar, serta video. Agar

seorang *nano beauty influencer* mudah dikenali oleh pengikutnya, dalam membuat konten seorang *nano beauty influencer* harus menggunakan bahasa yang menarik dan didukung konten yang apik (Haerunnisa dkk., 2019). Sehingga *nano beauty influencer* dapat memiliki ciri khas tersendiri pada kontennya. Oleh karena itu, banyak para *nano beauty influencer* pengguna *Instagram* berlomba-lomba menampilkan kesan diri yang baik untuk ditampilkan kepada orang lain. Perilaku seseorang untuk menampilkan kesan diri kepada orang lain disebut *self-presentation*.

Self presentation atau presentasi diri adalah upaya setiap individu untuk menumbuhkan kesan tertentu di depan orang lain dengan cara menata perilaku agar orang lain memaknai identitas dirinya sesuai dengan apa yang ia inginkan (Prasetya, 2020). Bagi *nano beauty influencer* presentasi diri penting dimiliki sebab untuk menjaga serta mempertahankan eksistensi pada media sosialnya mereka harus melakukan branding pada diri mereka dengan cara menampilkan citra diri dengan mengunggah foto-foto yang menggambarkan diri mereka sendiri (Prasetya, 2020). *Self-presentation* yang dilakukan oleh *nano beauty influencer* di dunia maya atau media sosial bisa dikontrol, selain itu juga lebih mudah untuk dimanipulasi dari pada presentasi diri pada dunia nyata. Di media sosial, pengguna cenderung melakukan editing pada konten yang akan mereka unggah sedemikian rupa untuk menampilkan kesan akan dirinya kepada orang lain (Prasetya, 2020).

Menurut Goffman (dalam Hadinata, 2020) *self presentation* dibagai menjadi dua dimensi yaitu *attempt to act* merupakan individu akan

berperilaku dengan tujuan menyenangkan hati orang lain. Kedua, *ability to act* merupakan kemampuan individu untuk dapat tampil percaya diri didepan orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa *self representation* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri. Menurut Hakim (dalam Tanjung & Amelia, 2017) kepercayaan diri ialah suatu keyakinan seseorang terhadap segala aspek kelebihan yang dimilikinya dan keyakinan tersebut membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai berbagai tujuan di dalam hidupnya.

Menurut Tanjung dan Amelia (2017) kepercayaan diri dapat diperoleh melalui pengalaman hidup dan mengacu pada kemampuan untuk melakukan sesuatu dengan baik. Pengalaman yang didapat oleh *nano beauty influencer* berasal dari lika-liku perjalanan menjadi seorang pembuat konten. Perjalanan menjadi seorang *nano beauty influencer* juga tidaklah mudah. Sebagai seorang pemula, juga harus memiliki konsep konten yang menarik dan membuat *branding* (kesan yang baik) tersendiri seperti ciri khas dari konten tersebut. Para *nano beauty influencers* juga harus mengikuti perkembangan media sosial dan mengetahui hal-hal apa saja yang sedang viral.

Penelitian yang dilakukan oleh Inayatul dan Danang (2020) mengungkapkan bahwa sebagian *beauty influencer* kurang percaya diri dalam lingkungan pergaulan, sehingga mereka membatasi komunikasi dengan teman-teman baru di lingkungan baru. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Yosieana dan Irwansyah (2021) mengungkapkan bahwa

influencer juga bisa memiliki rasa tidak percaya diri, merasa sedih, bahkan malu ketika berkaitan dengan penampilan rambutnya. Hal ini karena pandangan umum masyarakat selama ini bahwa orang yang cantik ialah orang yang berambut hitam dan lurus, padahal di Indonesia sendiri banyak orang yang memiliki rambut keriting. Penelitian selanjutnya yaitu, penelitian yang dilakukan oleh Pradana (2021). Hal ini dibuktikan saat peneliti mewawancarai beberapa anggota komunitas *beauty blogger* di Pekanbaru, ditemukan bahwa efek penggunaan *Instagram* dapat menyebabkan suasana hati mudah berubah, mudah iri dengan fisik orang lain, dan ketidakpuasan terhadap diri sendiri.

Studi pendahuluan yang dilakukan peneliti pada Maret 2022 dengan melalui kuisisioner kepada 22 *nano beauty influencer*, didapatkan temuan bahwa sebanyak 59,1% responden merasa tidak yakin dengan kemampuan mereka jika mendapatkan project (proyek) dan briefnya (laporan singkat yang memberi penjelasan detail) keluar dari zona nyaman. Selain itu, sebanyak 77,3% merasa kesulitan menyelesaikan membuat konten jika mendapatkan brief yang rumit. Pertanyaan ini dibuat mengacu pada salah satu aspek kepercayaan diri, yaitu keyakinan kemampuan diri. Dari survey di atas di dapatkan data menarik yang menunjukkan bahwa masih banyak *nano beauty influencer* yang belum merasa percaya diri.

Kepercayaan diri dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal berupa konsep diri, harga diri, kondisi fisik, dan pengalaman hidup (Yulianti & Bulkani, 2018). Adapun faktor internal yaitu pendidikan,

pekerjaan, lingkungan (Yulianti & Bulkani, 2018). Selain itu, tingkat kepercayaan diri juga dipengaruhi oleh pola pikir atau *mindset* yang dimiliki oleh seorang individu (Jatmika, 2020). *Mindset* pada *nano beauty influencer* sangatlah penting karena dapat mempengaruhi perilaku seseorang dari kegagalan menjadi bangkit dan tidak patah semangat sampai tercapai tujuannya (Shah, 2017). *Mindset* adalah kepercayaan-kepercayaan yang mempengaruhi sikap seseorang, sekumpulan kepercayaan, atau suatu cara berpikir yang menentukan perilaku dan pandangan, sikap, dan masa depan (Jatmika, 2020). Oleh karena itu, memiliki *mindset* yang baik akan membuat mereka bisa bersaing dengan *nano beauty influencer* lainnya. Menurut Dweck (2022) dalam mengawali penelitiannya mengenai *mindset*, Dweck membagi *mindset* menjadi dua jenis yaitu *growth mindset* dan *fixed mindset*.

Menurut Shah (2017) *fixed mindset* ialah meyakini bahwa kualitas yang dimiliki individu sudah baku, sedangkan *growth mindset* didasarkan pada keyakinan (*belief*) bahwa kualitas dasar adalah hal yang dapat dikembangkan melalui usaha. Orang dengan *fixed mindset* cenderung merasa gagal ketika dikritik dan tidak mau menerima masukan dan perubahan, orang dengan *growth mindset* justru akan lebih responsif terhadap perubahan dan masalah yang ada di sekitarnya. Hal ini karena *growth mindset* ialah keyakinan akan kualitas seseorang seperti kecerdasan adalah hal yang dapat diubah melalui langkah-langkah tertentu (Dweck, 2022).

Kecerdasan manusia dapat berkembang dan berubah jika mendapatkan stimulus dan pelatihan. Hal ini sesuai dengan Surat Al-Baqarah ayat 242 yang berbunyi:

كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ

“Demikianlah Allah menerangkan kepadamu ayat-ayat-Nya (hukum-hukum-Nya) supaya kamu memahaminya.”

Penafsiran pada kalimat *ta'qilûn* pada surat al-Baqarah ayat 242 yang diterjemahkan dengan memahami. Untuk mencapai suatu pemahaman, manusia harus melalui proses dengan menggunakan akalanya. Segalanya sudah Allah jelaskan di dalam Al-Quran, maka tugas manusia adalah memaksimalkan potensi akalanya untuk mencapai pemahaman tertentu (Qowim, 2018). Dari penjelasan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dengan potensi yang dimilikinya, manusia semestinya belajar mengembangkan bakat dan kemampuan. Manusia yang berkeinginan belajar mengembangkan bakat dan kemampuan, mereka adalah orang yang memiliki *growth mindset*.

Berdasarkan survey pada Maret 2022, menunjukkan bahwa 100% *nano beauty influencers* meyakini bahwa kritik dan saran baik untuk mendorong pengembangan diri. Pertanyaan ini dibuat berdasarkan salah satu aspek *growth mindset*, yaitu kritik dan masukan dari orang lain dapat digunakan sebagai feedback untuk menembus batas. Selain itu, peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa *nano beauty influencer* pada Maret 2022. Ditemukan bahwa memiliki *growth mindset* menuntut mereka untuk

dapat menciptakan konten yang menarik dan berkualitas agar perusahaan dan pengikutnya tertarik dengan isi konten mereka. Sehingga mereka terus belajar untuk membuat konten yang lebih baik dari sebelumnya. Bagi seorang *beauty influencers* memiliki *mindset* berupa *growth mindset* dibutuhkan dalam pengembangan dirinya. Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut terkait hubungan antara *growth mindset* dengan kepercayaan diri para *nano beauty influencer*.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Berkembangnya para *nano beauty influencer* menyebabkan persaingan membuat konten di *Instagram* yang menarik dan berkualitas sehingga mereka harus mendengarkan kritik serta saran sebagai bahan belajar membuat konten yang lebih baik dari sebelumnya.
2. *Nano beauty influencer* dituntut untuk menciptakan konten yang menarik dan berkualitas agar perusahaan dan pengikutnya tertarik dengan isi konten mereka
3. *Nano beauty influencer* tidak yakin dengan kemampuan mereka jika mendapatkan project dan briefnya keluar dari zona nyaman.
4. *Nano beauty influencer* merasa kesulitan menyelesaikan membuat konten jika mendapatkan brief yang rumit.
5. *Nano beauty influencer* merasa khawatir apabila audiensnya tidak percaya terhadap konten yang mereka buat di *Instagram*.

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Apakah terdapat hubungan antara *growth mindset* dengan kepercayaan diri *nano beauty influencer* Indonesia pengguna *Instagram*?”

D. Tujuan

Tujuan penelitian ini menguji secara empiris hubungan antara *growth mindset* dengan kepercayaan diri *nano beauty influencer* Indonesia pengguna *Instagram*.

E. Manfaat

Manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang psikologi sosial. Kajian tentang *growth mindset* dengan kepercayaan diri pada *nano beauty influencer* dapat memberikan gambaran bahwa *growth mindset* memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan diri *nano beauty influencer*.

2. Manfaat Praktis

Dalam hasil penelitian ini diharapkan ada manfaat untuk:

- a. Penelitian ini dapat digunakan oleh *nano beauty influencer* untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *growth mindset* terhadap kepercayaan diri, sehingga *nano beauty influencer* dapat

melakukan penerapan *growth mindset* sebagai strategi untuk meningkatkan kepercayaan diri.

- b. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman bagi *nano beauty influencer* agar mampu meningkatkan *growth mindset* sehingga berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan diri dalam membuat konten di *Instagram*.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kepercayaan Diri

1. Pengertian Kepercayaan Diri

Orang yang mempunyai kepercayaan diri memiliki ciri-ciri tidak mementingkan diri sendiri (toleransi), tidak membutuhkan dorongan orang lain, optimis dan gembira (Lauster, 2022). Rasa percaya diri yaitu suatu keyakinan seseorang terhadap segala aspek kelebihan yang dimilikinya dan keyakinan tersebut membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai berbagai tujuan di dalam hidupnya (Hakim dalam Tanjung & Amelia, 2017). Ghufron dan Suminta (2010) menjelaskan mengenai kepercayaan diri, di mana dengan adanya kepercayaan diri membuat orang tersebut yakin akan kemampuan dirinya untuk melakukan sesuatu sesuai kemampuan yang ia miliki.

Keyakinan pada kemampuan sendiri untuk mampu mencapai tujuan, keinginan dan cita-cita yang ingin dicapai sekalipun menghadapi berbagai tantangan dan permasalahan serta dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab kepercayaan diri adalah sifat percaya pada kemampuan diri sendiri yang dimiliki, sehingga seseorang tidak bergantung pada orang lain dan mampu mengekspresikan diri sepenuhnya (Syam & Amri, 2017). Kepercayaan diri muncul dari kesadaran bahwa jika memutuskan untuk melakukan sesuatu, maka sesuatu itu harus dilakukan juga. Rasa percaya diri tersebut akan muncul dari kesadaran individu bahwa

individu tersebut memiliki tekad untuk melakukan apapun, hingga tercapainya tujuan yang diinginkannya (Ifdil dkk., 2017)

Berdasarkan uraian di atas, kepercayaan diri ialah keyakinan akan kemampuannya untuk memotivasi diri sendiri sehingga bisa mencapai tujuan yang ada dengan tetap memperhatikan orang lain.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Diri

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepercayaan seorang individu menurut Ghufron dan Suminta (2010) ialah:

a. Konsep diri

Kepercayaan diri dalam suatu individu terbentuk oleh perkembangan konsep diri yang didapat dari pergaulannya dalam suatu kelompok. Kemudian hasil interaksi tersebutlah yang akan menghasilkan konsep diri.

b. Harga diri

Harga diri ialah penilaian yang dilakukan oleh individu itu sendiri. Jadi, tingkat harga diri dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri individu.

c. Pengalaman

Pengalaman bisa menjadi faktor yang dapat memunculkan maupun menurunkan rasa percaya diri individu. Pengalaman pada masa lalu berperan penting untuk mengembangkan kepribadian.

d. Pendidikan

Tingkat pendidikan individu dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri. Apabila individu memiliki tingkat Pendidikan yang rendah maka individu menjadi bergantung pada individu yang lebih pandai dari dirinya. Begitupun sebaliknya, jika individu memiliki tingkat pendidikan yang tinggi maka individu akan memiliki rasa percaya diri yang lebih daripada individu yang memiliki tingkat pendidikan rendah.

Berdasarkan uraian diatas, kepercayaan diri dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti konsep diri, harga diri, pengalaman, dan Pendidikan.

3. Aspek-aspek Kepercayaan Diri

Aspek – aspek kepercayaan diri menurut Lauster (2022) ada lima, yaitu:

a. Keyakinan kemampuan diri

Keyakinan kemampuan diri adalah suatu sikap positif individu terkait dirinya bahwa ia mampu secara bersungguh-sungguh terhadap apa yang diinginkannya.

b. Optimis

Optimis ialah sikap yang dimiliki individu di mana dalam menghadapi segala yang ada dalam diri selalu dipandang baik.

c. Objektif

Objektif ialah individu yang memandang segala permasalahan sesuai dengan kebenaran yang ada bukan karena menurut dirinya sendiri.

d. Bertanggung jawab

Bertanggung jawab adalah sikap individu yang bersedia menanggung segala hal yang telah menjadi konsekuensi dari perbuatannya.

e. Rasional dan realistis

Rasional dan realistis ialah ulasan terhadap suatu kejadian dengan menggunakan penjelasan yang dapat diterima oleh akal dan sesuai dengan kenyataan yang ada.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa aspek kepercayaan diri terdiri dari keyakinan akan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, serta rasional dan realistis.

B. Growth Mindset

1. Pengertian *Growth Mindset*

Mindset adalah kepercayaan-kepercayaan yang mempengaruhi sikap seseorang, sekumpulan kepercayaan, atau suatu cara berpikir yang menentukan perilaku dan pandangan, sikap, dan masa depan seseorang (Jatmika, 2020). *Mindset* dapat mempengaruhi perilaku seperti merubah seseorang dari kegagalan menjadi bangkit dan tidak patah semangat sampai tercapai tujuannya (Shah, 2017). Pola pikir

adalah suatu bentuk kepercayaan dan Dweck membagi jenis-jenis mindset menjadi dua, yaitu *growth mindset* dan *fixed mindset*.

Growth mindset menurut Dweck (2022) ialah keyakinan bahwa kualitas dasar seseorang seperti kecerdasan adalah hal-hal yang dapat diubah melalui langkah-langkah tertentu. Meskipun orang bisa berbeda dalam segala hal, dalam bakat dan keterampilan awal, minat, atau temperamen dapat berubah dan berkembang melalui pembelajaran dan pengalaman. Ciri-ciri seseorang yang memiliki *growth mindset* ialah meyakini bahwa kecerdasan, bakat, dan karakter bukanlah fungsi keturunan, menerima tantangan dan melakukan dengan serius, tetap berpandangan ke depan dari sebuah kegagalan, pandangan positif tentang usaha dan belajar dari kritik (Chrisantiana & Sembiring, 2017)

Fixed mindset menurut Dweck (2022) adalah keyakinan bahwa kualitas seseorang sudah ditetapkan, ketika seseorang memiliki sejumlah kecerdasan, kepribadian, dan karakter moralitas tertentu. Ciri-ciri orang dengan *fixed mindset* adalah keyakinan bahwa kecerdasan, bakat, sifat adalah fungsi dari hereditas/warisan, penghindaran keberadaan tantangan, mudah menyerah, berpikir usaha tidak berguna dan tidak menerima dan mengambil manfaat dari kritik orang lain (Chrisantiana & Sembiring, 2017).

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa *growth mindset* ialah keyakinan bahwa kemampuan seseorang bisa berubah selama mau berusaha dan belajar tanpa memperdulikan faktor

keturunan. Sedangkan *fixed mindset* ialah meyakini bahwa kemampuan seseorang sudah tidak bisa berubah karena bawaan faktor keturunan.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Growth Mindset*

Menurut Iskandar (dalam Sari dkk., 2015) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pola pikir (*mindset*) ialah:

a. Orang tua

Orang tua merupakan guru pertama anak sehingga mereka yang membentuk pola pikir individu untuk yang pertama kali. Dari orang tua individu mempelajari ekspresi, kata-kata, keyakinan, prinsip, bahkan nilai luhur.

b. Keluarga

Keluarga merupakan sumber lain untuk mendapatkan informasi dan juga pola pikir lainnya sehingga akan melengkapi informasi yang telah didapat dari orang tua.

c. Masyarakat

Dunia yang akan dikenalkan selanjutnya yaitu masyarakat sekitar. Bertambahnya informasi dari masyarakat sekitar akan membuat pikiran individu semakin kuat karena informasi yang telah disatukan.

d. Sekolah

Peraturan-peraturan yang ditetapkan oleh sekolah dan guru dapat menambah proses untuk pembentukan pola pikir yang sudah

didapat. Oleh karena itu, sekolah memiliki pengaruh yang cukup besar.

e. Teman

Pertemanan dapat membuat individu untuk menentukan pilihan akan berteman dengan siapa karena tidak adanya larangan untuk berteman. Aktualisasi diri yang pertama dalam sebuah kehidupan ialah berteman.

f. Media massa

Suatu tontonan dapat memunculkan suatu peniruan oleh seseorang baik bersifat negatif maupun positif karena adanya unsur pengidolaan. Contohnya, cara berpakaian seorang artis akan ditiru oleh penggemarnya

g. Diri sendiri

Diri sendiri merupakan faktor yang paling menentukan pola pikir. Baik buruknya suatu pengaruh, diri sendiri yang akan menentukan akan menjadi pribadi seperti apa.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *growth mindset* ialah orang tua, keluarga, masyarakat, sekolah, teman, media massa, dan diri sendiri

3. Aspek-aspek *Growth Mindset*

Aspek aspek *growth mindset* menurut Dweck (2022) ada empat, yaitu:

- a. Keyakinan bahwa Intelligensi, bakat dan karakter dapat dikembangkan

Memiliki keyakinan bahwa intelegensi, bakat, dan karakter yang dapat dikembangkan berarti menunjukkan bahwa fungsi hereditas atau keturunan bisa berubah dan dapat dikembangkan.

- b. Meyakini bahwa tantangan atau kesulitan dan kegagalan adalah hal penting untuk pengembangan diri

Keyakinan bahwa tantangan atau kesulitan dan kegagalan adalah hal penting untuk pengembangan diri sehingga dapat menerima tantangan dan bersungguh-sungguh menjalankannya.

- c. Usaha dan kerja keras memberikan kontribusi terhadap kesuksesan

Usaha dan kerja keras memberikan kontribusi terhadap kesuksesan yaitu meyakini bahwa usaha akan merubah keadaan dan tetap berpandangan ke depan dari kegagalan serta berpandangan positif terhadap usaha.

- d. Kritik dan masukan dari orang lain dapat digunakan sebagai feedback untuk menembus batas

Kritik dan masukan dari orang lain dapat digunakan sebagai feedback untuk menembus batas ialah belajar menerima kritik dan masukan dan mengambil manfaat sehingga keduanya dapat digunakan untuk pengembangan diri kedepannya.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa aspek *growth mindset* terdiri dari keyakinan bahwa Intelligensi, bakat dan karakter dapat

dikembangkan, meyakini bahwa tantangan atau kesulitan dan kegagalan adalah hal penting untuk pengembangan diri, usaha dan kerja keras memberikan kontribusi terhadap kesuksesan, serta kritik dan masukan dari orang lain dapat digunakan sebagai feedback untuk menembus batas.

C. Nano Beauty Influencer

Influencer menurut Oktavia (2020) ialah orang yang digemari dan dipercaya oleh sebagian masyarakat, apapun yang dilakukan dan dipakai oleh *influencer* akan menjadi sorotan bagi banyak orang. Seorang *influencer* dapat dipilih berdasarkan kemampuan, keahlian, tingkat popularitasnya, dan juga reputasi yang dimilikinya. *Beauty Influencer* merupakan salah satu *influencer* yang diminati kontennya oleh para pengguna *Instagram*. *Beauty Influencer* atau biasa disebut dengan *influencer* kecantikan menampilkan konten yang berisi tutorial merias wajah, tata cara merawat kulit, *review* (mengulas) mengenai produk kecantikan, hingga video yang berisi tentang kehidupan pribadi (Haerunnisa dkk., 2019).

Banyaknya *review* atau ulasan dari *beauty influencer* di *Instagram* membuat konsumen mampu mendapatkan informasi mengenai konten kecantikan sesuai dengan kebutuhannya serta gaya hidupnya. *Influencer* dapat digunakan sebagai media promosi yang efektif karena dalam melakukan promosi produk memiliki cara yang berbeda-beda dan memiliki keunikan masing-masing. Berdasarkan jumlah pengikut pada media sosialnya, secara umum jenis *influencer* dibagi menjadi empat yaitu *nano influencer* (1000-10.000 pengikut akun), *micro influencer* (10.000-100.000

pengikut akun), *macro influencer* (100.000-1 jt pengikut akun), dan *mega influencer* (>1 jt pengikut akun). Meskipun memiliki jumlah pengikut paling sedikit di kategori *influencer*, tetapi mereka tetap memiliki pengaruh yang kuat karena lebih mengenal hampir semua pengikutnya secara langsung.

Influencer bisa memiliki perasaan tidak percaya diri, merasa sedih, bahkan perasaan malu jika berkaitan dengan penampilan (Irwansyah & Ligariaty, 2021). Selain itu, seorang *influencer* juga bisa merasakan suasana hati mudah berubah, mudah iri dengan fisik, serta adanya rasa ketidakpuasan terhadap diri sendiri ketika menggunakan *Instagram* (Pradana, 2021). Kesan yang dimunculkan pada panggung belakang seorang *influencer* hanya di munculkan kepada orang terdekat seperti perasaan minder. Minder ialah perasaan negatif yang muncul terhadap diri sendiri, seperti hilang kepercayaan diri. Mereka yang memiliki sifat kurang percaya diri, tidak bisa mengambil keputusan dan selalu melihat segala hal dari pandangan yang negative (Arofah & Tandyonomanu, 2020)

Berdasarkan uraian diatas, yang dimaksud dengan *nano beauty influencer* ialah seseorang yang mampu memberikan pengaruh kepada masyarakat atau audiens terkait produk kecantikan dan memiliki 1000-10.000 pengikut di media sosialnya.

D. Telaah Pustaka

Peneliti telah menemukan beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan variabel *growth mindset* dan kepercayaan diri. Sampai saat ini, peneliti baru menemukan beberapa penelitian terkait meskipun tidak

menutup kemungkinan bahwa peneliti belum menemukan penelitian lain yang berhubungan dengan *growth mindset* dan kepercayaan diri terhadap *nano beauty influencer*. Penelitian yang telah peneliti temukan terdapat pada tabel berikut.

No	Judul	Persamaan dan Perbedaan	Hasil
1.	Penggunaan Social media influencer Sebagai Usaha Membangun Budaya Masyarakat Digital Tentang Konsep Tubuh Ideal dan Kepercayaan Diri oleh Illahi, Fajar dan Saputra, (tahun 2020)	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti terkait kepercayaan diri <i>influencer</i> Perbedaannya yaitu terletak pada metode penelitiannya. Illahi, Fajar dan Saputra menggunakan metode kualitatif dengan metodologi analisis isi kualitatif. Sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif korelasional	Hasil dari penelitiannya yaitu pengaruh peran <i>influencer</i> dalam memberikan pemahaman terkait kepercayaan diri. memiliki peran penting dalam membangun pemahaman baru tentang konsepsi tubuh ideal, tidak hanya berkaitan dengan penampilan fisik dan kecantikan tapi juga berhubungan dengan cara individu menjaga kesehatan tubuh.
2.	Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto Selfie di Media Sosial Instagram oleh	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti terkait variabel kepercayaan diri Perbedaannya terletak pada variabel yang diteliti yaitu mereka meneliti variabel self image, penerimaan	Hasil dari penelitian yaitu adanya pengaruh yang signifikan antara self image dan penerimaan sosial terhadap kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto

Selviana dan Sari Yulinar (tahun 2022)	sosial dan kepercayaan diri.	selfie di media sosial Instagram. Self image berpengaruh sebesar 52.6% dan penerimaan social sebesar 9.7%. oleh karena itu, self image dan penerimaan sosial berkontribusi terhadap kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto selfie di media sosial Instagram sebesar 62.3 %.
3. Hubungan <i>Body Image</i> dengan Kepercayaan Diri Remaja Putri oleh Ifdil Ifdil, Amandha Unzilla Denich, dan Asmidir Ilyas (tahun 2017)	<p>Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang hubungan kepercayaan diri dengan variabel lain.</p> <p>Perbedaan pada penelitian Ifdil Ifdil, Amandha Unzilla Denich, Asmidir Ilyas mereka meneliti hubungan antara <i>body image</i> dengan kepercayaa diri dan terdapat hubungan. Sedangkan pada penelitian yang penulis kaji, penulis meneliti hubungan antara <i>growth mindset</i> dengan kepercayaan diri</p>	<p>Hasil penelitian diperoleh data korelasi antara <i>body image</i> dengan kepercayaan diri sebesar 0.788 dengan taraf signifikansi dua jalur sebesar 0,000 pada tingkat taraf kepercayaan 0,01. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi dua jalur sebesar 0,000 < 0,01. Maka dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara <i>body image</i> dengan</p>

			kepercayaan diri remaja putri.
4.	Korelasi Metode Pembelajaran terhadap <i>Mindset</i> Siswa Pada Pelajaran Kimia oleh Muhammad Dinar Ramadhan dan Eny Winaryati (tahun 2016)	<p>Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang korelasi <i>growth mindset</i> dengan variabel lain.</p> <p>Perbedaan pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Dinar Ramadhan dan Eny Winaryati mereka meneliti terkait metode pembelajaran mempengaruhi <i>mindset</i> belajar kimia. Sedangkan pada penelitian yang penulis kaji, penulis mencari hubungan antara <i>growth mindset</i> dengan kepercayaan diri</p>	hasil dari penelitian ini yaitu nilai rata-rata 3,76 pada angket <i>mindset</i> . Nilai rata-rata sebesar 77 yaitu melewati batas nilai KKM pada pembelajaran kimia yang diterapkan oleh guru sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan metode pembelajaran terhadap <i>mindset</i> siswa pada pembelajaran kimia
5.	Efektivitas Pelatihan Growth <i>Mindset</i> Pada Siswa Sma oleh Fatin Rohmah N. W., Edi Joko S. dan Gisella Arnis G. Wahidah (tahun 2021)	<p>Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang <i>growth mindset</i></p> <p>Perbedaannya yaitu metode penelitian yang digunakan oleh Fatin Rohmah N. W., Edi Joko S. dan Gisella Arnis G. Wahidah menggunakan kuasi-eksperimen dan sampel yang digunakan yaitu siswa SMA</p>	Hasil penelitian ini yaitu dengan adanya pelatihan <i>growth mindset</i> efektif dapat meningkatkan <i>growth mindset</i> siswa. Sehingga peserta dapat termotivasi untuk menjadi lebih baik daripada kondisi sekarang dan mulai untuk merencanakan tujuan hidupnya agar lebih terarah.
6.	Webinar <i>Growth-Mindset</i> untuk Pembelajaran	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti	Hasil dari penelitian yaitu mendapat nilai

Online Pada Siswa SMA di Samarinda oleh Devi Jatmika (tahun 2020)	tentang korelasi <i>growth mindset</i> Perbedaannya pada penelitian Devi Jatmika, dia meneliti terkait Pemahaman mengenai <i>growth</i> dan <i>fixed mindset</i> pada sekolah SMA di Samarinda. Sedangkan pada penelitian yang penulis kaji, penulis mencari hubungan antara <i>growth mindset</i> dengan kepercayaan diri	rata-rata 3,08 untuk proses pelaksanaan kegiatan webinar, 3,44 nilai rata-rata kebermanfaatan materi bagi peserta, dan nilai rata-rata 3,3 untuk penambahan pengetahuan yang dapat diaplikasikan
7. Perbedaan Tingkat Self-Efficacy Pada Anak Disleksia Dengan Pelatihan Berkonsep Growth Mindset Oleh Veronica Amelia Chauwito Dan Ali Prasetyo (Tahun 2020)	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang <i>growth mindset</i> Perbedaannya yaitu pada penelitian Veronica dan Ali mereka meneliti terkait perbedaan tingkat self efficacy anak disleksia yang diberikan pelatihan dengan konsep growth mindset	Hasil dari penelitian yaitu adanya peningkatan self-efficacy pada anak yang mengalami disleksia sebelum dan sesudah diberi pelatihan yang berlandaskan pada konsep Growth Mindset
8. Hubungan <i>Growth Mindset</i> dengan Penyesuaian Diri pada Mahasiswa Tahun Pertama di Universitas Negeri Padang oleh Sylvia Adri Ainni dan Farah Aulia (tahun 2021)	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti tentang korelasi <i>growth mindset</i> dengan variabel lain Perbedaannya yaitu pada penelitian Sylvia Adri Ainni dan Farah Aulia, mereka meneliti tentang hubungan antara <i>growth mindset</i> dengan penyesuaian diri pada mahasiswa tahun pertama di Universitas Negeri Padang dan	Dari hasil uji korelasi yang telah dilakukan pada penelitian yaitu terdapat hubungan positif yang signifikan antara <i>growth mindset</i> dengan penyesuaian diri pada mahasiswa tahun pertama di Universitas Negeri Padang

		terdapat hubungan positif. Sedangkan pada penelitian yang penulis kaji, penulis mencari hubungan antara <i>growth mindset</i> dengan kepercayaan diri pada <i>nano beauty influencer</i> pengguna Instagram	
9.	<i>Impression Management Beauty Influencer</i> Di Media Sosial Instagram oleh Inayatul Arofah dan Danang Tandyonomanu, (tahun 2020)	Persamaan dari penelitian yaitu sama-sama meneliti terkait kepercayaan diri beauty influencer di Instagram Perbedaannya yaitu pada penelitian Inayatul Arofah dan Danang Tandyonomanu mereka meneliti menggunakan metode penelitan kualitatif. Sedangkan pada penelitian yang penulis kaji, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Hasil penelitian yaitu ditemukan adanya berbagai kesan yang ditampilkan pada Instagram oleh beauty influencer agar dapat menunjang dirinya sebagai public figure. Kesan yang ditimbulkan dapat memberikan eksistensi sehingga menghasilkan banyak keuntungan bagi seorang beauty influencer. Tetapi kesan tersebut berbeda dengan yang ditampilkan dibelakang media sosial.
10.	Peranan Penggunaan <i>Instagram</i> terhadap Kepercayaan Diri Remaja oleh Rahmawaty Khoerunnisa, Tasya Maharani	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti terkait kepercayaan diri pengguna <i>Instagram</i> Perbedaannya yaitu pada penelitian Rahmawaty Khoerunnisa, Tasya Maharani Selian, dan	Hasil penelitian menunjukkan apabila <i>instagram</i> berpengaruh besar dalam menurunkan kepercayaan diri para remaja. Hal ini terjadi karena

	Selian, dan Tiara Nurvikarahmi (tahun 2021)	Tiara Nurvikarahmi mereka meneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara. Sedangkan pada penelitian yang penulis kaji, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuisisioner.	adanya perubahan psikososial yang mempengaruhi tingkat kepercayaan diri. Disamping itu, penyebab yang membuat remaja mengalami penurunan kepercayaan diri ialah faktor lingkungan dan pengalaman yang kurang baik dalam penggunaan <i>Instagram</i> .
11.	Narasi Persuasi <i>Social Media Influencer</i> dalam Membangun Konsep Kecantikan dan Kepercayaan Diri oleh Yosieana Ligariaty dan Irwansyah (tahun 2021)	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti terkait kepercayaan diri seorang influencer pengguna <i>instagram</i> Perbedaannya yaitu Pada penelitian Yosieana Ligariaty dan Irwansyah mereka menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode teknik analisis untuk memberikan gambaran menyeluruh. Sedangkan pada penelitian yang penulis kaji, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan <i>instagram</i> , <i>influencer</i> dapat membuat dan menyusun konten mereka sendiri. Oleh sebab itu, <i>Instagram</i> dimanfaatkan oleh <i>influencer</i> untuk menyebarkan konten maupun narasi yang bersifat persuasive
12.	Hubungan <i>Growth Mindset</i> dengan Perilaku Kepemimpinan pada Mahasiswa oleh Kalyana Rupa Mahidhika	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti korelasi antara variabel <i>growth mindset</i> dengan variabel lainnya Perbedaannya yaitu Pada penelitian Kalyana	Hasil dari penelitian ini ialah terdapat hubungan positif antara <i>growth mindset</i> dengan perilaku kepemimpinan

dan Kartika Nur Fathiyah (tahun 2022)	Rupa Mahidhika dan Kartika Nur Fathiyah mereka meneliti untuk mengetahui sejauh mana <i>growth mindset</i> sebagai variabel bebas dapat memprediksi tingkat perilaku kepemimpinan sebagai variabel terikat. Sedangkan pada penelitian yang penulis kaji, penulis ingin mengetahui sejauh mana <i>growth mindset</i> dapat mempengaruhi kepercayaan diri	pada mahasiswa yang aktif berorganisasi. Hasil data yang diperoleh menggunakan korelasi <i>product moment</i> dari <i>Pearson</i> yaitu 0,369 pada koefisien korelasi dan 13,6% pada koefisien determinasi (R ²)
13. Grit dan <i>Mindset</i> pada mahasiswa keperawatan. Klabat Journal of Nursing oleh Grace Fresania Kaparang dan Megawati Lestari Gahauna (tahun 2020)	Persamaannya yaitu sama-sama meneliti korelasi antara variabel <i>growth mindset</i> dengan variabel lainnya Perbedaannya yaitu Pada penelitian Grace Fresania Kaparang dan Megawati Lestari Gahauna mereka meneliti untuk mengetahui sejauh mana hubungan <i>growth mindset</i> dengan grit dan mereka menggunakan sampel mahasiswa keperawatan. Sedangkan pada penelitian yang penulis kaji, penulis ingin mengetahui sejauh mana hubungan <i>growth mindset</i> dapat mempengaruhi kepercayaan diri menggunakan subjek	Hasil dari penelitian ini yaitu semakin seorang mahasiswa memiliki grit maka <i>mindset</i> mereka semakin <i>fixed</i> . Hal ini ditunjukkan dari hasil uji <i>Spearman's correlation</i> yang menunjukkan bahwa nilai $p=0.002$ (<0.01) dan nilai $r=-0.201$ yang berarti adanya hubungan negatif yang signifikan namun lemah antara grit dan <i>mindset</i> pada mahasiswa Keperawatan Universitas Klabat.

		nano <i>beauty influencer</i> pengguna <i>Instagram</i>	
14.	Hubungan Antara <i>Growth Mindset</i> dengan Grit pada Mahasiswa UNAKI yang Telah Bekerja oleh Lucy Hariadi, Siska Adinda Prabowo Putri & Joko Sunaryono (tahun 2021)	<p>Persamaannya yaitu sama-sama meneliti korelasi antara variabel <i>growth mindset</i> dengan variabel lainnya</p> <p>Perbedaannya yaitu Pada penelitian Lucy Hariadi, Siska Adinda Prabowo Putri & Joko Sunaryono mereka meneliti untuk mengetahui sejauh mana hubungan <i>growth mindset</i> dengan grit dan mereka menggunakan subjek Mahasiswa UNAKI yang Telah Bekerja. Sedangkan pada penelitian yang penulis kaji, penulis ingin mengetahui sejauh mana hubungan <i>growth mindset</i> dapat mempengaruhi kepercayaan diri menggunakan subjek nano <i>beauty influencer</i> pengguna <i>Instagram</i></p>	Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat hubungan positif antara <i>growth mindset</i> dengan grit. Hasil data menunjukkan bahwa nilai korelasi <i>Pearson</i> (r_{xy}) = +0,367 dan nilai signifikansi = 0,000 ($p < 1\%$) yang berarti <i>growth mindset</i> mempunyai korelasi yang sangat signifikan terhadap grit. <i>Growth mindset</i> berpengaruh sebesar 13,5% terhadap grit dan sisanya karena dipengaruhi oleh faktor lain
15.	Apakah Intensitas Penggunaan Instagram Berhubungan dengan Kepercayaan Diri: Analisis Korelasi pada Mahasiswa Baru oleh Panji Candra Ramadhan, Aprillia Mega	<p>Persamaannya yaitu, sama-sama meneliti terkait korelasi variabel kepercayaan diri dengan variabel lainnya</p> <p>Perbedaannya yaitu Pada penelitian Panji Candra Ramadhan, Aprillia Mega Rosdiana dan Billah Ahsanul Karima mereka meneliti untuk mengetahui sejauh mana hubungan</p>	Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial <i>instagram</i> tidak berhubungan dengan kepercayaan diri. Hal ini ditunjukkan oleh hasil dari Korelasi <i>Product Moment</i>

Rosdiana dan Billah Ahsanul Karima (tahun 2022)	intensitas penggunaan <i>Instagram</i> dengan kepercayaan diri dan mereka menggunakan subjek mahasiswa baru. Sedangkan pada penelitian yang penulis kaji, penulis ingin mengetahui sejauh mana hubungan <i>growth mindset</i> dapat mempengaruhi kepercayaan diri menggunakan subjek <i>nano beauty influencer</i> pengguna <i>Instagram</i>	<i>Pearson</i> dengan nilai $(r(71) = .199, p > .05)$.
---	--	---

Table 1 Telaah Pustaka

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, penelitian yang peneliti bahas tidak jauh berbeda dengan topik-topik diatas yaitu membahas tentang topik *growth mindset* dengan kepercayaan diri. Yang membedakan ialah pada penelitian sebelumnya, belum dilakukan penelitian terkait korelasi antara variabel *growth mindset* dengan kepercayaan diri. Perbedaan selanjutnya yaitu populasi yang digunakan berbeda, yaitu peneliti menggunakan populasi *nano beauty influencer*.

E. Hubungan Antara *Growth Mindset* Dengan Kepercayaan Diri

(Kerangka Berpikir)

Bagi seorang *beauty influencers* memiliki *mindset* berupa *growth mindset* dibutuhkan dalam pengembangan dirinya. *Mindset* yang diyakini oleh setiap individu dapat berpengaruh kepada tingkat kepercayaan diri yang dimiliki oleh seorang individu (Jatmika, 2020). Tetapi survey yang dilakukan peneliti menunjukkan data bahwa *nano beauty influencer*

memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah sementara tingkat *growth mindset*nya tinggi. Karena adanya perbedaan teori dengan data yang diperoleh peneliti, membuat peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara *growth mindset* dengan kepercayaan diri pada *nano beauty influencer* pengguna *Instagram*.

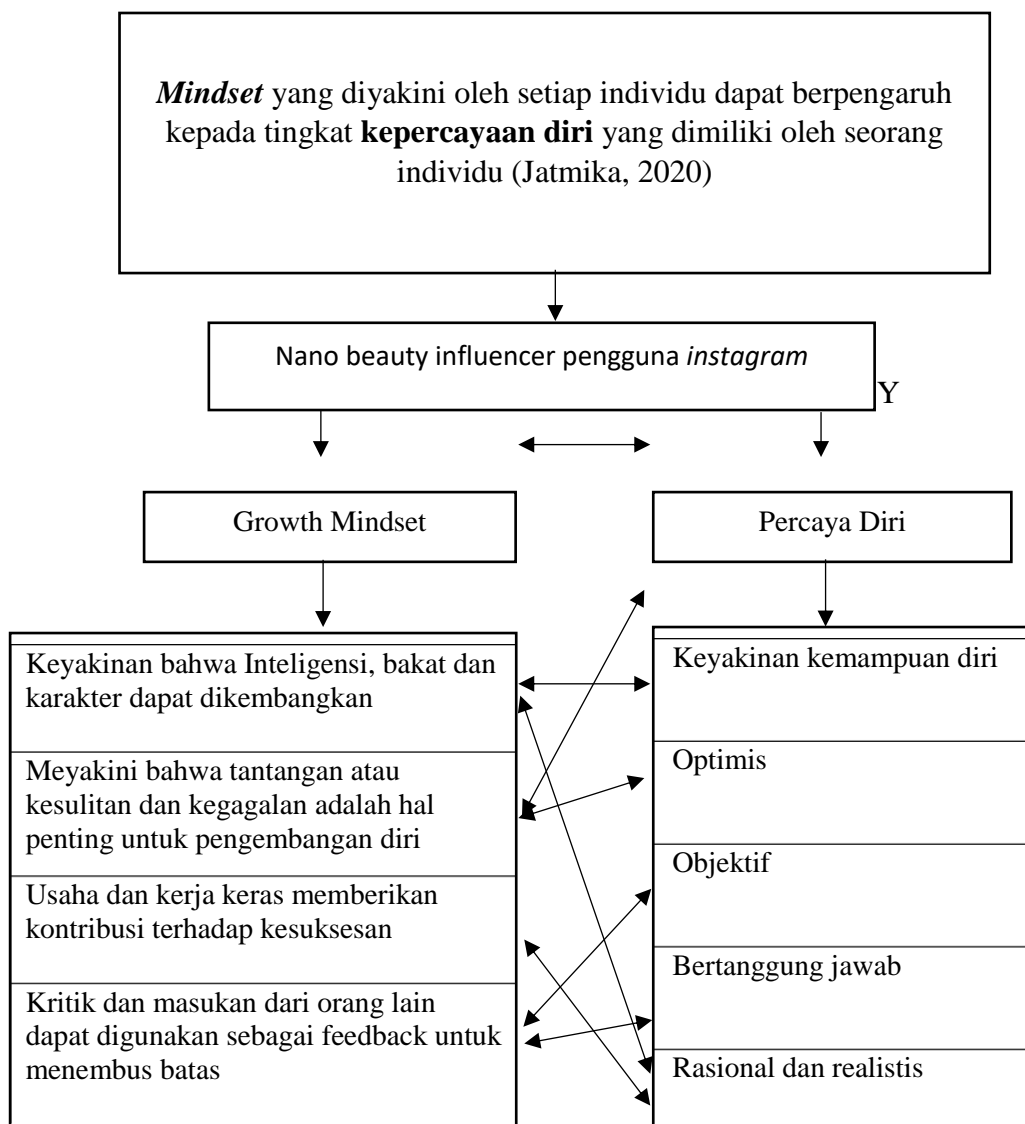
Penelitian terkait kepercayaan diri dan *growth mindset* telah dilakukan oleh beberapa peneliti yakni penelitian terkait kepercayaan diri yang telah diteliti Khoerunnisa dkk. (2021), Irwansyah & Ligariaty (2021), Ifdil dkk. (2017) dan Selviana & Yulinar (2022) dengan menggunakan populasi mahasiswa dan influencer. Kemudian, penelitian terkait *growth mindset* yang telah diteliti oleh Ainni & Aulia (2021), Sembiring (2018), Kaparang & Gahauna (2020) dan Chrisantiana & Sembiring (2017) dengan populasi mahasiswa.

Mindset terdiri dari empat aspek yang dapat digunakan untuk membuat aitem pernyataan demi mengungkapkan sikap tersebut yaitu:

- a. Keyakinan bahwa Intelligensi, bakat dan karakter dapat dikembangkan
- b. Meyakini bahwa tantangan atau kesulitan dan kegagalan adalah hal penting untuk pengembangan diri
- c. Usaha dan kerja keras memberikan kontribusi terhadap kesuksesan
- d. Kritik dan masukan dari orang lain dapat digunakan sebagai feedback untuk menembus batas

Sedangkan kepercayaan diri terdiri dari lima aspek yang dapat digunakan untuk membuat aitem pernyataan demi mengungkapkan sikap tersebut yaitu:

- a. Keyakinan kemampuan diri
- b. Optimis
- c. Objektif
- d. Bertanggung jawab
- e. Rasional dan realistis



gambar 1 kerangka berpikir

F. Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini ialah:

H_a : Adanya hubungan antara growth mindset dengan kepercayaan diri

H_o : Tidak adanya hubungan antara growth mindset dengan kepercayaan diri

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif, di mana proses pengambilan datanya menggunakan kuisioner. Metode yang digunakan menggunakan metode penelitian korelasional. Menurut Arikunto (2020), penelitian korelasional (Correlational Studies) merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel. Berdasarkan tingkat eksplanatifnya yaitu asosiatif di mana bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

B. Identifikasi Variabel

Variabel adalah obyek peneliti atau apa saja yang memberikan titik perhatian suatu peneliti (Arikunto, 2020). Dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terikat yaitu:

1. Variabel bebas (independen variabel), yaitu variabel yang merupakan dua variabel yang mendahului atau mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah growth mindset.
2. Variabel terikat (dependent variabel), variabel yang merupakan terikat akibat atau tergantung pada variabel yang mendahuluinya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepercayaan diri.

C. Definisi Operasional Variabel

1. Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri ialah keyakinan akan kemampuan *nano beauty influencer* untuk memotivasi diri sendiri sehingga bisa mencapai tujuan yang ada dengan tetap memperhatikan orang lain (tidak egois). Skala kepercayaan diri dalam penelitian ini berdasarkan indikator dari aspek kepercayaan diri yaitu keyakinan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, serta rasional dan realistis. Kepercayaan diri ini ditunjukkan oleh skor yang diperoleh dari kuisioner yang telah diisi oleh *nano beauty influencer* dan dinyatakan dalam bentuk skala likert. Semakin tinggi skor yang didapat responden dalam skala kepercayaan diri maka menunjukkan semakin tinggi juga kepercayaan diri pada responden begitupun sebaliknya semakin rendah skor dalam skala kepercayaan diri menunjukkan semakin rendah juga kepercayaan diri pada responden.

2. Growth Mindset

Growth mindset ialah keyakinan bahwa kemampuan *nano beauty influencer* bisa berubah dan berkembang selama adanya usaha dan belajar tanpa memperdulikan adanya faktor keturunan. Skala *growth mindset* dalam penelitian ini berdasarkan indikator dari aspek-aspek *growth mindset* yaitu keyakinan bahwa inteligensi, bakat dan karakter dapat dikembangkan, meyakini bahwa tantangan atau kesulitan dan kegagalan adalah hal penting untuk

pengembangan diri, usaha dan kerja keras memberikan kontribusi terhadap kesuksesan, serta kritik dan masukan dari orang lain dapat digunakan sebagai feedback untuk menembus batas. *Growth mindset* ini ditunjukkan oleh skor yang diperoleh dari kuisioner yang telah diisi oleh nano *beauty influencer* dan dinyatakan dalam bentuk skala likert. Semakin tinggi skor yang didapat responden dalam skala *growth mindset* maka menunjukkan semakin tinggi juga *growth mindset* pada responden begitupun sebaliknya semakin rendah skor dalam skala *growth mindset* menunjukkan semakin rendah juga *growth mindset* pada responden.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2013) ialah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya jumlah yang ada pada objek maupun subjek tetapi meliputi semua karakteristik atau sifat yang dimiliki subjek/objek. Populasi dalam penelitian ini adalah *nano beauty influencers* Indonesia pengguna *instagram*. Jumlah anggota populasi belum diketahui secara pasti.

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) sampel ialah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, seperti adanya keterbatasan dana, tenaga dan waktu. Maka, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Sampel yang diambil juga harus mewakili dari populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling* sebagai teknik penentuan sampelnya karena populasi belum diketahui secara pasti jumlah anggotanya. Teknik ini digunakan karena menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu. Karena penelitian ini tentang “Hubungan Antara *Growth Mindset* Dengan Kepercayaan Diri Para Nano *Beauty Influencer* Indonesia Pengguna *Instagram*” maka sampel sumber datanya ialah seorang *nano beauty influencer* yang menggunakan *Instagram*.

Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochren:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,5)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384$$

Keterangan:

n = sampel

z = harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q = peluang salah 50% = 0,5

e = margin error 5%

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 384 orang responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan cara bagaimana dapat diperolehnya data mengenai variabel-variabel tertentu (Arikuonto, 2020). Perolehan data dalam penelitian ini menggunakan metode:

1. Skala likert

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan model skala likert. Menurut Sugiyono (2013) skala likert dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, serta persepsi seseorang atau sekelompok orang terkait fenomena sosial. Skala pengukuran instrumen menggunakan model skala likert dengan lima alternatif jawaban, dengan bobot nilai 1, 2, 3, 4, dan 5. Pada skala likert terdapat dua arah item yaitu favourable (item yang mendukung indikator) dan unfavourable (item yang tidak mendukung indikator) (Saifuddin, 2021). Aturan pemberian skor pada skala likert yaitu sebagai berikut:

Respons	Keterangan	Skor item favourable	Skor item unfavourable
SS	Sangat sesuai	5	1
S	Sesuai	4	2
N	Netral	3	3
TS	Tidak sesuai	2	4
STS	Sangat tidak sesuai	1	5

Table 2 Skor skala likert

Skala likert ini kemudian disebarakan kepada responden melalui kuisisioner. Arikunto (2020) mengemukakan bahwa “kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal yang ia ketahui”. Metode ini digunakan untuk mengungkapkan hubungan antar variabel. Alasan menggunakan kuisisioner yaitu mempunyai keuntungan dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden, serta dapat dijawab oleh responden menurut kecepatan masing-masing dan waktu senggang responden.

2. Skala Growth Mindset

Aspek Growth Mindset	Indikator	No Item		Jumlah		
		F	U			
Keyakinan bahwa Intelligensi, bakat dan karakter dapat dikembangkan.	Belajar dengan rajin	1	17	9	25	4
	Mengikuti berbagai kegiatan	2	18	10	26	4

Meyakini bahwa tantangan atau kesulitan dan kegagalan adalah hal penting untuk pengembangan diri	Pantang menyerah	3	19	11	27	4
	Mengevaluasi setiap kegagalan	4	20	12	28	4
Usaha dan kerja keras memberikan kontribusi terhadap kesuksesan	Kerja keras	5	21	13	29	4
	Kerja cerdas	6	22	14	30	4
Kritik dan masukan dari orang lain dapat digunakan sebagai feedback untuk menembus batas	Menerima kritik dari orang lain	7	23	15	31	4
	Menerima saran dari orang lain	8	24	16	32	4
Jumlah		16	16	32		

Table 3 blueprint skala growth mindset

Penyusunan skala *growth mindset* ini berdasarkan teori dari Dweck (2022) dan aspek yang digunakan berasal dari Trisa Genia Chrisantiana dan Tesselonika Sembiring (2017) pada jurnal yang berjudul “Pengaruh growth dan fixed mindset terhadap grit pada mahasiswa fakultas psikologi universitas “X” Bandung”

3. Skala Kepercayaan Diri

Aspek kepercayaan diri	Indikator	No Item		Jumlah		
		F	U			
Keyakinan kemampuan diri	Selalu bersikap positif	1	11	21	31	4
	Yakin dalam mengerjakan sesuatu	2	12	22	32	4
Optimis	Berpandangan baik dalam menghadapi segala tentang diri	3	13	23	33	4
	Yakin terhadap keputusan yang telah dibuat	4	14	24	34	4
Objektif	Memandang permasalahan sesuai dengan kebenaran semestinya	5	15	25	35	4
	Harus jujur sesuai fakta	6	16	26	36	4
Bertanggung jawab	Mampu menanggung sesuatu yang menjadi konsenkuensinya	7	17	27	37	4
	Menyelesaikan tugas dengan yang telah ditentukan sesuai jadwal yang telah ditentukan	8	18	28	38	4

Rasional dan realistis	Analisis terhadap suatu kejadian menggunakan pemikiran yang dapat diterima oleh akal	9	19	29	39	4
	Analisis terhadap suatu masalah yang sesuai dengan kenyataan	10	20	30	40	4
Jumlah		20		20		40

Table 4 blueprint skala kepercayaan diri

Penyusunan skala kepercayaan diri ini berdasarkan teori dari Lauster (2022) dan aspek yang digunakan berasal dari aspek-aspek kepercayaan diri yang dikemukakan oleh Ghufron dan Suminta (2010) dalam bukunya yang berjudul “Teori-Teori Psikologi”.

F. Teknik Validitas, Daya Beda Item dan Realibilitas

1. Uji Validitas

Menurut Kelly (dalam Saifuddin, 2021) pengertian validitas adalah sejauh mana suatu alat ukur psikologi mengukur sesuatu yang hendak diukur. Selanjutnya, pengertian validitas bergeser menjadi validitas karakteristik skor yang didapatkan oleh alat ukur psikologi. Kemudian, pengertian semacam ini bergeser dan berubah lagi, dari validitas yang merujuk pada karakteristik skor alat ukur psikologi menjadi validitas interpretasi makna skor yang didapatkan oleh pengukuran menggunakan alat ukur psikologi. Menurut Cronbach

(dalam Saifuddin 2021), proses validasi memiliki tujuan yang sebenarnya berupa validasi terhadap interpretasi data yang didapatkan dari prosedur pengukuran, bukan validasi terhadap alat ukur psikologi atau tes psikologi.

Validasi dalam penelitian ini menggunakan validitas isi. Di mana validitas dilakukan melalui pengujian kepada *expert judgment* atau ahli. *Expert judgment* akan memberikan penilaian terhadap item-item yang telah dibuat. Penilaian ahli diolah menggunakan rumus koefisien validitas isi formulas Aiken's V. dalam konteks ini ahli diberikan lima alternative jawaban yaitu sangat relevan (5), relevan (4), agak relevan (3), tidak relevan (2), sangat tidak relevan (1). Dari hasil validitas isi menunjukkan bahwa item-item layak digunakan setelah adanya perbaikan.

Rumus formulas Aiken's V sebagai berikut:

$$V = \frac{\sum s}{n(c - 1)}$$

Keterangan:

$$s = r - lo$$

lo = angka penilaian validitas terendah (1)

c = angka penilaian validitas tertinggi (5)

r = angka yang diberikan oleh penilai

n = jumlah penilai yang menilai

2. Uji Daya Beda Item

Daya beda item adalah kemampuan item untuk memilah subjek penelitian dengan tingkatan variabel tertentu. Jumlah subjek uji coba alat ukur ini harus lebih banyak dari subjek penelitian. Data hasil pengujian alat ukur ini kemudian dihitung dengan menggunakan rumus *Corrected Item Total Correlation*. Batas daya beda item yang baik jika nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih dari 0,300. Jika *Corrected Item Total Correlation* kurang dari 0,300 maka item tersebut dianggap tidak memiliki daya beda yang baik dan harus digugurkan.

3. Uji Realibilitas

Menurut Saifuddin (2021) reliabilitas memiliki dua makna. Pertama, reliabilitas dapat diartikan suatu nilai koefisien yang menunjukkan seberapa jauh korelasi antara skor tampak (skor yang dihasilkan alat ukur psikologi) dengan skor murni (skor yang benar-benar berasal dari sampel penelitian). Skor tampak pada dasarnya terdiri dari skor murni dan eror pengukuran. Semakin besar korelasi antara skor tampak dengan skor murni, maka reliabilitas alat ukur tersebut tinggi. Ini artinya, eror pengukurannya kecil. Kedua, reliabilitas dapat diartikan sebagai suatu koefisien yang menunjukkan tingkat konsistensi alat ukur jika digunakan di lain waktu, maupun dikorelasikan dengan alat ukur paralel.

Koefisien reliabilitas bergerak pada angka 0 sampai 1. Prinsipnya, semakin mendekati angka 1, maka alat ukur psikologi tersebut semakin reliabel. Sebaliknya, apabila suatu koefisien reliabilitas semakin menjauhi angka 1, maka menunjukkan reliabilitas yang rendah pada alat ukur psikologi tersebut. Batasan minimal reliabilitas alat ukur adalah 0,700. Apabila hasil dari reliabilitas alat ukur kurang dari 0,700 maka alat ukur dianggap tidak reliabel dan tidak bisa digunakan. Di sisi lain, tidak ada alat ukur psikologi yang memiliki koefisien reliabilitas r_{xx} sebesar 1,00. Koefisien reliabilitas r sebesar 1,00 mengindikasikan alat ukur psikologi tersebut memiliki reliabilitas yang sempurna (digunakan berkali-kali pada sekelompok orang yang sama akan menghasilkan skor yang benar-benar sama). Padahal, sebaik apa pun alat ukur psikologi disusun, tetap memiliki sumber error.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu dengan uji normalitas, uji linearitas, dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan software SPSS 25.0 for windows

1. Uji Normalitas

Untuk mengetahui data terdistribusi secara normal atau tidak maka dapat menggunakan uji normalitas sehingga diketahui sejauh mana sebaran skor variabel mengalami penyimpangan. Uji normalitas ini menggunakan Teknik Kolmogorov Smirnov, jika

signifikansi $<0,05$ berarti terdapat perbedaan yang signifikan (tidak terdistribusi normal) dan jika signifikansi $>0,05$ maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan (terdistribusi normal).

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas memiliki hubungan yang linear dengan variabel terikat atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat menggunakan uji Anova, jika signifikan nilai $p < 0,05$ maka hubungan yang teridentifikasi ialah nonlinier, begitupun sebaliknya jika nilai $p > 0,05$ maka hubungan teridentifikasi linear.

3. Uji Hipotesis

a. Parametrik

Parametrik digunakan jika data dari dari sampel memenuhi batasan, seperti lolos uji normalitas dan uji linearitas. Jika penelitiannya korelasional dua variabel maka menggunakan teknik analisis korelasi *Pearson Product Moment*. Korelasi *Pearson* digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel. Hubungan linear antar dua variabel dilambangkan dengan r . Jika nilai $r = -1$ artinya korelasi negatif, jika nilai $r = 0$ artinya tidak ada korelasi, dan jika nilai $r = 1$ artinya terdapat korelasi positif. Apabila nilai signifikansi $<0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima.

b. Non Parametrik

Non Parametrik digunakan jika data dari dari sampel tidak memenuhi batasan, seperti tidak lolos uji normalitas dan uji linearitas. Jika penelitiannya korelasional dua variabel maka menggunakan teknik analisis korelasi *Spearman*. Korelasi *Spearman* digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel. Hubungan linear antar dua variabel dilambangkan dengan r . Jika nilai $r = -1$ artinya korelasi negatif, jika nilai $r = 0$ artinya tidak ada korelasi, dan jika nilai r bergerak dari 0 sampai 1 artinya terdapat korelasi positif. Apabila nilai signifikansi $<0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Jika nilai signifikansi $>0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Setting Penelitian

Mayoritas *beauty influencer* ialah perempuan meskipun *nano beauty influencer* juga dijumpai dari kalangan laki-laki. Hal ini dikarenakan produk kecantikan lebih banyak disuaki oleh kaum remaja perempuan. Selain itu, data dari *Nielsen* menunjukkan bahwa daya beli wanita setiap tahunnya mencapai US\$ 5 triliun-US\$ 15 triliun. Keberadaan *beauty influencer* tersebar dari berbagai wilayah di Indonesia. Alasan seseorang menjadi *beauty influencer* karena adanya beberapa keuntungan yang bisa didapat antara lain, dapat menambah ilmu terkait kecantikan, belajar menggali kemampuan untuk tampil percaya diri dan berkomunikasi, serta bisa mendapatkan penghasilan dari konten yang mereka buat.

Beauty influencer banyak di jumpai di *Instagram* dan secara umum jenis *influencer* dibagi menjadi empat yaitu *nano influencer* (1000-10.000 pengikut akun), *micro influencer* (10.000-100.000 pengikut akun), *macro influencer* (100.000-1jt pengikut akun), dan *mega influencer* (>1jt pengikut akun). Dalam menentukan subjek pada penelitian ini diperlukan adanya pertimbangan dari hasil pembagian kuisisioner dan wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti pada kelompok subjek. Peneliti memilih *nano beauty influencer* sebagai subjek penelitian karena hasil dari pembagian kuisisioner dan wawancara menunjukkan bahwa tidak sedikit *nano beauty influencer* yang merasa cemas dan kurang percaya diri terhadap hasil konten

mereka serta jika keluar dari zona nyaman mereka. Sebaran informan pada penelitian ini tersebar di media sosial *Instagram*. Dengan karakteristik *nano beauty influencer*, 1000-10.000 pengikut, dan pengguna *Instagram*

B. Tahapan Penelitian

Pengumpulan data pada penelitian menggunakan kuisisioner. Kuisisioner yang digunakan berdasarkan kuisisioner yang telah dimodifikasi oleh peneliti sebelumnya. Kuisisioner tersebut masih mendapatkan perbaikan dari seorang *expert judgment*. *Expert judgment* dalam penelitian ini ialah 5 psikolog yang ahli yaitu Dr. Gadis Deslinda, M. Psi., Psikolog, Anniez Rachmawati M., M.Psi., Psikolog, Hastuti Rifayani, M.Psi., Psikolog, Ayatullah Kutub Hardew, M.Psi., Psikolog, dan Endah Fadjri Arianti, M.Psi, Psikolog. Selanjutnya item yang dinyatakan relevan oleh *expert judgment*, diolah menggunakan rumus koefisien validitas isi formulas Aiken's V. Item yang mendapatkan nilai $\geq 0,80$ dinyatakan valid. Berdasarkan penilaian 5 orang *expert judgment*, terdapat beberapa item yang perlu diperbaiki. Setelah melakukan perbaikan, maka diolah kembali menggunakan rumus koefisien validitas isi formulas Aiken's V. Dari hasil validitas tersebut, menunjukkan bahwa item-item layak digunakan setelah adanya perbaikan. Selanjutnya kuisisioner yang telah dinyatakan relevan oleh *expert judgment* dan dinyatakan valid berdasarkan formulas Aiken's V akan diuji cobakan terlebih dahulu kepada 200 responden yang memiliki kriteria yang sama. Dalam penelitian ini, uji coba dilaksanakan pada tanggal 22 Desember 2022 sampai 3 Januari 2023 terhadap 200 responden uji coba.

Adapun uji coba dari 32 butir aitem pada skala *growth mindset* diperoleh 25 aitem yang valid dan 7 aitem dinyatakan gugur, dengan nilai reliabilitas 0,886. Adapun skala kepercayaan kepercayaan diri terdapat 40 aitem dan diperoleh 37 aitem yang valid dan 3 aitem dinyatakan gugur, dengan nilai reliabilitas 0,937. Setelah mendapatkan alat ukur yang tervalidasi dan memiliki nilai reliabilitas yang baik, selanjutnya peneliti melakukan proses pengumpulan data. Proses pengumpulan data dilakukan terhadap 384 *nano beauty influencer* pengguna *Instagram*. Proses untuk mengumpulkan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner secara online menggunakan *google form*. Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan uji statistika menggunakan *SPSS for windows ver. 25.0*.

C. Hasil Analisis Data

2. Uji Daya Beda Item

Uji daya beda item pada aitem pernyataan variabel *growth mindset* dengan kepercayaan diri pada para *nano beauty influencer* menggunakan *SPSS for windows ver. 25*. Dari 32 aitem pada skala variabel *growth mindset* terdapat 7 aitem yang gugur karena memiliki daya beda item dibawah 0,30 yaitu aitem nomer 2, 9, 17, 22 dan aitem nomer 14, 18, 28 digugurkan karena ketika melakukan uji reliabilitas aitem nomer tersebut memiliki daya beda aitem dibawah 0,30. Sedangkan aitem-aitem lainnya dapat dinyatakan layak karena memiliki daya beda aitem diatas 0,30 dan layak atau akurat dalam mengukur variabel *growth mindset*. Pernyataan aitem yang gugur yaitu:

- a. Aitem nomer 2 yang berisi pernyataan “saya mengikuti berbagai seminar tentang membuat konten untuk menambah wawasan”
- b. Aitem nomer 9 yang berisi pernyataan “setiap orang terlahir dengan bakat bawaannya masing-masing yang tidak bisa diubah”
- c. Aitem nomer 14 yang berisi pernyataan “pencapaian yang saya dapatkan bergantung pada bakat yang saya miliki”
- d. Aitem nomer 17 yang berisi pernyataan “bakat menjadi *influencer* dapat diasah dengan belajar”
- e. Aitem nomer 18 yang berisi pernyataan “saya suka mengikuti suatu komunitas untuk menambah relasi”
- f. Aitem nomer 22 yang berisi pernyataan “saya lebih memilih membuat konten yang sederhana dibandingkan yang rumit untuk mendapatkan hasil yang sama”
- g. Aitem nomer 28 yang berisi pernyataan “saya tidak peduli terhadap reaksi negative yang orang lain berikan pada konten saya”

Berdasarkan uji coba beda daya item pada 40 aitem pernyataan variabel kepercayaan diri pada para *nano beauty influencer* menggunakan *SPSS for windows ver. 25* terdapat 3 aitem yang gugur karena memiliki daya beda item dibawah 0,30 yaitu aitem nomer 3, 6, dan 21. Sedangkan aitem-aitem lainnya dapat dinyatakan layak karena memiliki daya beda aitem diatas 0,30 dan layak atau akurat dalam mengukur variabel kepercayaan diri. Pernyataan aitem yang gugur yaitu:

- a. Aitem nomer 3 yang berisi pernyataan “saya yakin banyak hal yang dapat saya lakukan di masa mendatang”
- b. Aitem nomer 6 yang berisi pernyataan “saya menolak mengulas suatu produk jika belum memiliki izin dari BPOM”
- c. Aitem nomer 21 yang berisi pernyataan “saya merasa orang lain memiliki kemampuan lebih baik dari saya”

Berdasarkan hasil dari pengguguran aitem diatas, maka hasil akhir dari blueprint yang akan dipakai yaitu sebagai berikut:

a. Blueprint *growth mindset*

Aspek Growth Mindset	Indikator	No Item		Jumlah		
		F	U			
Keyakinan bahwa Intelligensi, bakat dan karakter dapat dikembangkan.	Belajar dengan rajin	1	47	9	25	2
	Mengikuti berbagai kegiatan	2	48	10	26	2
Meyakini bahwa tantangan atau kesulitan dan kegagalan adalah hal penting untuk pengembangan diri	Pantang menyerah	3	19	11	27	4
	Mengevaluasi setiap kegagalan	4	20	12	28	3
Usaha dan kerja keras memberikan	Kerja keras	5	21	13	29	4

kontribusi terhadap kesuksesan	Kerja cerdas	6	22	14	30	2
Kritik dan masukan dari orang lain dapat digunakan sebagai feedback untuk menembus batas	Menerima kritik dari orang lain	7	23	15	31	4
	Menerima saran dari orang lain	8	24	16	32	4
Jumlah		12		13		25

b. Blueprint kepercayaan diri

Aspek kepercayaan diri	Indikator	No Item		Jumlah	
		F	U		
Keyakinan kemampuan diri	Selalu positif bersikap	1	11	24 31	3
	Yakin dalam mengerjakan sesuatu	2	12	22 32	4
Optimis	Berpandangan baik dalam menghadapi segala tentang diri	3	13	23 33	3
	Yakin terhadap keputusan yang telah dibuat	4	14	24 34	4
Objektif	Memandang permasalahan sesuai dengan kebenaran semestinya	5	15	25 35	4

	Harus jujur sesuai fakta	6 16	26 36	3
Bertanggung jawab	Mampu menanggung sesuatu yang menjadi konsenkuensinya	7 17	27 37	4
	Menyelesaikan tugas dengan yang telah ditentukan	8 18	28 38	4
Rasional dan realistis	Analisis terhadap suatu kejadian menggunakan pemikiran yang dapat diterima oleh akal	9 19	29 39	4
	Analisis terhadap suatu masalah yang sesuai dengan kenyataan	10 20	30 40	4
Jumlah		18	19	37

Berdasarkan blueprint diatas meskipun ada aitem yang gugur, nampak bahwa masing-masing aspek masih memiliki keterwakilan. Jadi, peneliti tidak perlu untuk menurunkan batasan daya beda aitem ataupun membuat aitem baru lagi. Tetapi, jika ada aitem pada satu aspek gugur semua maka langkah awal yang dapat peneliti lakukan yaitu menurunkan batasan aitem dari 0,300 menjadi 0,250.

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan tingkat konsistensi dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran di waktu yang berbeda dengan kelompok yang sama mendapatkan hasil yang relatif sama. Atas dasar analisis yang telah didapatkan, maka aitem-aitem yang dinyatakan valid dan memiliki daya beda aitem yang baik ditetapkan sebagai alat ukur penelitian. Hasil uji reliabilitas menggunakan *SPSS for windows ver. 25.0* sebagai berikut:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	25

Table 5 Hasil uji reliabilitas variabel growth mindset

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas dengan tidak menyertakan aitem-aitem yang gugur menggunakan *Cronbach Alpha*, diketahui nilai α sebesar 0,886. Nilai tersebut lebih besar dari 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa aitem-aitem pada pengukuran variabel *growth mindset* dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel *growth mindset*.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	37

Table 6 Hasil uji reliabilitas variabel kepercayaan diri

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas dengan tidak menyertakan aitem-aitem yang gugur menggunakan *Cronbach Alpha*, diketahui nilai α sebesar 0,937. Nilai tersebut lebih besar dari 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa aitem-aitem pada pengukuran variabel kepercayaan diri dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel kepercayaan diri.

3. Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diporeleh memenuhi batasan untuk selanjutnya dianalisa menggunakan metode parametrik atau non parametrik.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan uji Kolmogrov Smirnov, jika signifikansi $<0,05$ berarti terdapat perbedaan yang signifikan (tidak terdistribusi normal) dan jika signifikansi $>0,05$ maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan (terdistribusi normal). Hasil uji normalitas menggunakan bantuan perhitungan *SPSS for windows ver. 25.0* dengan hasil sebagai berikut:

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Growth Mindset	.105	384	.000	.958	384	.000
Kepercayaan Diri	.094	384	.000	.956	384	.000

a. Lilliefors Significance Correction

Table 7 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan tabel diatas, variabel *growth mindset* dan kepercayaan diri memperoleh nilai signifikansi sebesar $p=0,000 < 0,05$. Sehingga dapat dikatakan bahwa kedua variabel tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dapat menggunakan uji Anova, jika signifikan nilai $p < 0,05$ maka hubungan yang teridentifikasi ialah nonlinier, begitupun sebaliknya jika nilai $p > 0,05$ maka hubungan teridentifikasi linear. Hasil uji linearitas menggunakan bantuan perhitungan *SPSS for windows ver. 25.0* dengan hasil sebagai berikut:

			ANOVA Table				
			Sum of		Mean		
			Squares	df	Square	F	Sig.
Keper cayaan Diri * Growt h Minds et	Between	(Combi ned)	80391.641	56	1435.565	10.468	.000
		Linearit y	71448.778	1	71448.778	520.999	.000
		Deviatio n from Linearit y	8942.863	55	162.598	1.186	.187
	Within Groups		44844.148	327	137.138		
Total		125235.78	383				
			9				

Table 8 Hasil Uji Linearitas

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa kedua variabel kepercayaan diri dan *growth mindset* memiliki nilai signifikansi 0,187. Nilai $p=0,187 > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang linear.

c. Uji hipotesis

Berdasarkan uji asumsi normalitas, variabel *growth mindset* dan kepercayaan diri tidak terdistribusi normal. Sedangkan uji linearitas, kedua variabel memiliki hubungan yang linear. Sehingga uji hipotesis yang digunakan yaitu uji hipotesis non parametrik karena sampel pada penelitian tidak memenuhi batasan untuk digeneralisasikan pada populasi penelitian. Uji hipotesis yang digunakan yaitu teknik korelasi Spearman dengan rumus:

$$Rho_{xy} = 1 - \frac{6\sum D^2}{N(N^2-1)}$$

Keterangan:

Rho_{xy} = koefisien korelasi spearman

D = Difference (beda antara jenjang setiap subjek)

N = Banyaknya subjek

Hasil uji hipotesis menggunakan bantuan perhitungan *SPSS for windows ver. 25.0* dengan hasil sebagai berikut:

		Correlations		
			Growth Mindset	Kepercaya an Diri
Spearman's rho	Growth Mindset	Correlation Coefficient	1.000	.779**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	384	384
	Kepercayaan Diri	Correlation Coefficient	.779**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	384	384

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

Table 9 Hasil Uji Hipotesis

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara *growth mindset* dengan kepercayaan diri memperoleh nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel itu signifikan atau bisa berkorelasi karena nilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Karena nilai r sebesar 0,779 maka tingkat kekuatan hubungan kedua variabel dikatakan kuat dan dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara *growth mindset* dengan kepercayaan diri. Jadi, dapat dikatakan semakin tinggi *growth mindset* yang dimiliki maka semakin tinggi pula kepercayaan diri yang dimiliki. Koefisien Determinasi sebesar $R=60.6\%$ yang berarti variabel kepercayaan diri dipengaruhi oleh variabel *growth mindset* sebesar 60,6%. Sedangkan sisanya sebesar 39,4% dipengaruhi oleh variabel lain. Oleh karena itu, maka H_a diterima

Selain hubungan antara kedua variabel kepercayaan diri dan *growth mindset*, dapat juga dilihat hubungan antar aspek dengan menggunakan teknik *Spearman rho*. Berdasarkan tabel spearman rho dibawah, hubungan antar aspek berada di nilai 0,424-0,666. Berarti dapat disimpulkan bahwa tingkat kekuatan hubungan antar aspek X dan Y berada pada tingkat moderat sampai hubungan kuat. Hal itu bisa dilihat dari angka pada tabel dibawah ini.

			Correlations									
			aspek 1	aspek 2	aspek 3	aspek 4	aspk y1	aspk y2	aspk y3	aspk y4	aspk y5	
Spearman's rho	aspek 1	Correlation Coefficient	1.000	.519**	.558**	.497**	.539**	.522**	.424**	.511**	.465**	
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
	aspek 2	Correlation Coefficient	.519**	1.000	.731**	.568**	.600**	.583**	.493**	.589**	.560**	
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
	aspek 3	Correlation Coefficient	.558**	.731**	1.000	.611**	.666**	.675**	.529**	.656**	.612**	
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
	aspek 4	Correlation Coefficient	.497**	.568**	.611**	1.000	.562**	.513**	.591**	.641**	.571**	
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000	.000	.000	
		N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
	aspk y1	Correlation Coefficient	.539**	.600**	.666**	.562**	1.000	.764**	.568**	.708**	.724**	
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000	.000	
		N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
	aspk y2	Correlation Coefficient	.522**	.583**	.675**	.513**	.764**	1.000	.517**	.704**	.757**	
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000	
		N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
	aspk y3	Correlation Coefficient	.424**	.493**	.529**	.591**	.568**	.517**	1.000	.665**	.632**	
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000	.000	
		N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
	aspk y4	Correlation Coefficient	.511**	.589**	.656**	.641**	.708**	.704**	.665**	1.000	.757**	
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.	.000	
		N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384
	aspk y5	Correlation Coefficient	.465**	.560**	.612**	.571**	.724**	.757**	.632**	.757**	1.000	
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.	
		N	384	384	384	384	384	384	384	384	384	384

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

4. Kategorisasi Data Penelitian

a. Growth Mindset

Berdasarkan hasil dari data yang diperoleh, skala *growth mindset* memiliki skor tertinggi 125 dan skor terendah 25. Hasil analisis statistik diperoleh mean sebesar 75 dengan standar deviasi 16,66. Distribusi frekuensi relatif pada skala *growth mindset* sebagai berikut:

		kategoriX		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	Percent		
Valid	sedang	66	17.2	17.2	17.2
	tinggi	318	82.8	82.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Table 10 Distribusi frekuensi relatif skala growth mindset

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa mayoritas sampel memiliki *growth mindset* dalam kategori tinggi yaitu sebanyak 318 orang (82.8%) dan kategori sedang sebanyak 66 orang (17.2%). Selain itu, untuk melihat kategorisasi aspek mana yang paling tinggi dalam variabel *growth mindset* dapat dilihat di tabel berikut:

	X a	X b	X c	X d	Total
Skor X	5864	10746	9455	12980	30945
\bar{X}	1466	1535	1576	1623	6200
%	24%	25%	25%	26%	100%

Table 11 Kategorisasi Aspek Var *Growth Mindset*

Dari tabel kategorisasi diatas, dapat disimpulkan bahwa aspek “Kritik dan masukan dari orang lain dapat digunakan sebagai feedback

untuk menembus batas” merupakan aspek yang memiliki kontribusi penilaian tertinggi sebesar 26% pada variabel *growth mindset*. Kemudian disusul dengan aspek “Meyakini bahwa tantangan atau kesulitan dan kegagalan adalah hal penting untuk pengembangan diri” dan aspek “Usaha dan kerja keras memberikan kontribusi terhadap kesuksesan” dengan nilai 25%. Dan yang terakhir aspek “Keyakinan bahwa Inteligensi, bakat dan karakter dapat dikembangkan” dengan nilai 24%. Oleh karena itu, aspek “Kritik dan masukan dari orang lain dapat digunakan sebagai feedback untuk menembus batas” merupakan aspek yang paling berkontribusi pada variabel *growth mindset*.

b) Kepercayaan Diri

Berdasarkan hasil dari data yang diperoleh, skala kepercayaan diri memiliki skor tertinggi 185 dan skor terendah 37. Hasil analisis statistik diperoleh mean sebesar 111 dengan standar deviasi 24,6. Distribusi frekuensi relatif pada skala kepercayaan diri sebagai berikut:

		kategoriY			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rendah	1	.3	.3	.3
	sedang	75	19.5	19.5	19.8
	tinggi	308	80.2	80.2	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Table 12 Distribusi frekuensi relatif skala kepercayaan diri

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa mayoritas sampel memiliki kepercayaan diri dalam kategori tinggi yaitu

sebanyak 308 orang (80,2%), kategori sedang sebanyak 75 orang (19,5%), dan kategori rendah sebanyak 1 orang (3%). Selain itu, untuk melihat kategorisasi aspek mana yang paling tinggi dalam variabel kepercayaan diri dapat dilihat di tabel berikut:

	Y a	Y b	Y c	Y d	Y e	Total
Skor Y	10928	10336	11345	12730	12462	57801
\bar{X}	1561	1477	1621	1591	1558	7808
%	20%	19%	21%	20%	20%	100%

Table 13 Kategorisasi Aspek Var Kepercayaan Diri

Dari tabel kategorisasi diatas, dapat disimpulkan bahwa aspek “Objektif” merupakan aspek yang memiliki kontribusi tertinggi sebesar 21% pada variabel kepercayaan diri. Lalu ada aspek “keyakinan kemampuan diri”, aspek “bertanggung jawab” dan aspek “Rasional dan realistis” dengan nilai 20%. Dan yang terakhir aspek “Optimis” dengan nilai 19%. Oleh karena itu, aspek “Bertanggung jawab” merupakan aspek yang paling berkontribusi pada variabel *growth mindset*

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *growth mindset* dengan kepercayaan diri pada para *nano beauty influencer*. Berdasarkan uji hipotesis, diperoleh hasil nilai signifikansi sebesar $p=0,000$ dan nilai koefisien r sebesar 0,779. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara *growth mindset* dengan kepercayaan diri para *nano*

beauty influencer. Selain itu, terdapat korelasi dari setiap aspek antara dua variabel. Hubungan antara aspek pada variabel *growth mindset* dengan variabel kepercayaan diri berada di nilai 0,424-0,666. Berarti dapat disimpulkan bahwa tingkat kekuatan hubungan antar aspek X dan Y berada pada tingkat moderat sampai hubungan kuat

Hubungan yang paling tinggi pada aspek variabel *growth mindset* dengan variabel kepercayaan diri berada di aspek X3 dan Y1. Di mana korelasi dari aspek “usaha dan kerja keras memberikan kontribusi terhadap kesuksesan” (X3) dengan aspek “keyakinan kemampuan diri” (Y1) memiliki korelasi yang kuat dengan nilai $r=0,666$. Dan hubungan yang paling rendah pada aspek variabel *growth mindset* dengan variabel kepercayaan diri berada di aspek X1 dan Y3. Di mana korelasi dari aspek “keyakinan bahwa inteligensi, bakat, dan karakter dapat dikembangkan” (X1) dengan aspek “objektif” (Y3) memiliki korelasi yang moderat atau cukup kuat dengan nilai $r=0,424$. Dari pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara aspek pada variabel *growth mindset* dengan aspek pada variabel kepercayaan diri.

Hasil penelitian menunjukkan, jika semakin tinggi *growth mindset* maka semakin tinggi juga kepercayaan diri para *nano beauty influencer*. Begitupun sebaliknya, semakin rendah *growth mindset* maka semakin rendah juga kepercayaan diri. Selain itu, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar $R=60,6\%$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel

kepercayaan diri dipengaruhi oleh variabel *growth mindset* sebesar 60,6% dan sisanya sebesar 39,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Ghufron dan Suminta (2010) bahwa kepercayaan diri membuat orang tersebut yakin dengan kemampuan dirinya dalam melakukan sesuatu sesuai kemampuan yang ia miliki. Selain itu, orang yang memiliki kepercayaan diri memiliki ciri-ciri tidak mementingkan diri sendiri (toleransi), tidak membutuhkan dorongan orang lain, optimis, dan gembira (Lauster, 2022). Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arofah dan Tandyonomanu (2020) dengan hasil penelitian yaitu seorang *beauty influencer* menampilkan berbagai kesan di publik agar menunjang dirinya sebagai seorang *public figure* (tokoh masyarakat).

Kesan yang disampaikan terhadap masyarakat akan memberikan banyak keuntungan bagi *beauty influencer*. Hal ini tentu sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Irwansyah & Ligariaty (2021) di mana hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan *Instagram*, *influencers* dapat membuat konten yang bersifat persuasif. Selain itu, penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Illahi dkk. (2020) bahwa pengaruh peran *influencer* dalam memberikan pemahaman terkait kepercayaan diri memiliki peran penting dalam membangun pemahaman baru tentang konsepsi tubuh ideal, tidak hanya berkaitan dengan penampilan fisik dan kecantikan tapi juga berhubungan dengan cara individu menjaga kesehatan tubuh.

Penelitian yang dilakukan oleh Selviana & Yulinar (2022) bahwa *self image* serta penerimaan sosial berpengaruh terhadap kepercayaan diri remaja yang mengunggah foto selfie di media sosial *Instagram* sejalan dengan penelitian ini. Hal ini ditunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri salah satunya yaitu konsep diri. Di mana kepercayaan diri dalam suatu individu akan terbentuk oleh perkembangan konsep diri yang didapat dari pergaulannya dalam suatu kelompok.

Berdasarkan hasil pengukuran variabel kepercayaan diri pada *nano beauty influencer* dapat dilihat bahwa 80,2% responden memiliki kepercayaan diri yang tinggi. Banyaknya responden yang memiliki kepercayaan tinggi dikarenakan mereka merasa mampu dapat membuat konten yang baik dan menarik. Hal ini didukung dengan pernyataan pada kuisioner penelitian yang menggunakan aspek-aspek kepercayaan diri. Menurut Lauster (2022) aspek-aspek kepercayaan diri yaitu keyakinan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, serta rasional dan realistik.

Kepercayaan diri ini dapat diperoleh melalui pengalaman hidup dan mengacu pada kemampuan untuk melakukan sesuatu dengan baik (Tanjung & Amelia (2017). Pengalaman hidup dan persaingan dalam dunia *influencer* membuat mereka mengubah cara berpikir mereka (*mindset*). Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Jatmika (2020) bahwa *mindset* yang diyakini oleh setiap individu dapat berpengaruh kepada konsep harga diri (*self esteem atau self-worth*), *self-efficacy*, strategi coping stres, tujuan yang

ingin dicapai, dan juga tingkat kepercayaan diri yang dimiliki oleh seorang individu.

Mindset ialah kepercayaan yang dapat mempengaruhi sikap seseorang, sekumpulan kepercayaan, atau suatu cara berpikir yang menentukan perilaku dan pandangan, sikap, dan masa depan seseorang (Jatmika, 2020). Menurut Dweck (2022) pola pikir (*mindset*) dibagi menjadi dua yaitu *fixed mindset* dan *growth mindset*. *Growth mindset* merupakan keyakinan bahwa kualitas dasar seseorang seperti kecerdasan dapat diubah melalui langkah-langkah tertentu. Meskipun seseorang bisa berbeda dalam segala hal, tetapi bakat dan keterampilan dapat berubah melalui pembelajaran dan pengalaman.

Berdasarkan hasil pengukuran variabel *growth mindset* pada *nano beauty influencer* dapat dilihat bahwa sebagian besar responden memiliki *growth mindset* yang tinggi dibandingkan responden yang memiliki *growth mindset* yang rendah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahidah, dkk (2021) bahwa dengan adanya *growth mindset* maka akan memotivasi untuk menjadi lebih baik daripada kondisi sekarang dan mulai untuk merencanakan tujuan hidup agar lebih terarah.

Selain penelitian yang dilakukan oleh Wahidah dkk. (2021), penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan & Winaryati (2016) juga menunjukkan bahwa dengan adanya metode pembelajaran yang berbeda maka akan menghasilkan nilai yang lebih tinggi. Hal ini tentu dapat menjadi bukti bahwa dengan memiliki *growth mindset* maka kemampuan berpikir

nano beauty influencer dapat berpikir lebih luas sehingga diharapkan dapat menghasilkan konten yang lebih menarik dari sebelumnya.

Banyaknya responden yang memiliki *growth mindset* tinggi dikarenakan mereka melalui pengalaman hidup dan persaingan dalam dunia *influencer*. Hal ini didukung dengan pernyataan pada kuisioner penelitian yang menggunakan aspek-aspek *growth mindset*. Menurut Dweck (2022) aspek-aspek *growth mindset* yaitu keyakinan bahwa Intelligensi, bakat dan karakter dapat dikembangkan, meyakini bahwa tantangan atau kesulitan dan kegagalan adalah hal penting untuk pengembangan diri, usaha dan kerja keras memberikan kontribusi terhadap kesuksesan, serta kritik dan masukan dari orang lain dapat digunakan sebagai feedback untuk menembus batas.

Hasil pengukuran dalam penelitian ini yaitu, membuktikan bahwa korelasi variabel X dan Y yaitu positif dengan nilai korelasi yang sangat kuat ($r=0,779$). Korelasi antara aspek "usaha dan kerja keras memberikan kontribusi terhadap kesuksesan" (X) dengan aspek "keyakinan kemampuan diri" (Y) memiliki korelasi yang kuat ($r=0,666$). Maka dapat disimpulkan bahwa, salah satu cara yang bisa digunakan *nano beauty influencer* untuk meningkatkan *growth mindset* yaitu dengan melakukan usaha dan kerja keras sehingga akan memberikan kontribusi terhadap kesuksesan. Di mana jika seorang *nano beauty influencer* mengalami kesuksesan, maka keyakinan pada kemampuan diri akan mengikuti sehingga kepercayaan diri akan ikut meningkat. Selain kedua aspek tersebut, aspek yang lainnya juga

memiliki kontribusi dalam meningkatkan *growth mindset* dan kepercayaan diri meskipun tidak memiliki korelasi sekuat kedua aspek tersebut.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak keterbatasan dalam penelitian ini. Seperti dalam proses pengambilan data, peneliti menyebarkan kuisisioner secara online sehingga peneliti tidak bisa mengobservasi secara langsung *social desirability* dari responden meskipun observasi bukan menjadi metode utama. Sehingga dapat menyebabkan terjadinya kemungkinan ketidaksesuaian dengan keadaan sebenarnya. Hal ini dikarenakan karena adanya keterbatasan peneliti dalam keterbatasan waktu, tenaga, dan dana.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis korelasi Spearman yang menunjukkan bahwa *growth mindset* berhubungan dengan kepercayaan diri dengan koefisien korelasi sebesar $r=0,779$ dengan taraf signifikan $p=0,000$. Maka arah hubungannya positif artinya, semakin tinggi *growth mindset* maka semakin tinggi juga kepercayaan diri pada *nano beauty influencer*. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Nilai koefisien determinasi sebesar $R=60,6\%$, yang berarti variabel kepercayaan diri dipengaruhi oleh variabel *growth mindset* sebesar $60,6\%$. Sedangkan sisanya sebesar $39,4\%$ dipengaruhi oleh variabel lain. Sehingga dapat dilihat bahwa dengan memiliki *growth mindset* dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri seorang *nano beauty influencer*.

B. Saran

Peneliti masih menyadari bahwa terdapat kelemahan dalam penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti ingin memberikan beberapa saran terkait pada penelitian ini, antara lain:

1. *Nano beauty influencer*

Saran bagi *nano beauty influencer* dalam penelitian ini, peneliti menyarankan kepada *nano beauty influencer* agar mempertahankan *growth mindset* yang dimiliki dan meningkatkan kepercayaan diri. Bagi *nano beauty influencer* yang memiliki *growth mindset* dan kepercayaan diri yang rendah agar bisa terus belajar untuk mengembangkan dirinya

menjadi semakin baik karena setiap individu memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing.

2. Peneliti Selanjutnya

Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk bisa melakukan penelitian yang lebih mendalam terkait *growth mindset* dan kepercayaan diri pada *nano beauty influencer*. Pertama, peneliti selanjutnya bisa memilih variabel bebas yang lain untuk diteliti karena ada 39,4% variabel lain yang berpengaruh. Kedua, peneliti selanjutnya bisa melakukan intervensi *growth mindset* dalam upaya meningkatkan kepercayaan diri. Selain itu, diharapkan peneliti dapat meneliti populasi lain selain *nano beauty influencer*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Shah, N. S. (2017). *Terapi" growth mindset (Carol S. Dweck, Ph. D.)" untuk meningkatkan keterampilan adaptasi diri pada seorang mahasiswa Malaysia di Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA)* [UIN Sunan Ampel Surabaya]. <http://digilib.uinsby.ac.id/14948/>
- Ainni, S. A., & Aulia, F. (2021). Hubungan Growth Mindset dengan Penyesuaian Diri pada Mahasiswa Tahun Pertama di Universitas Negeri Padang. *Socio Humanus*, 3(3), 235–245.
<http://ejournal.pamaaksara.org/index.php/sohum/article/view/262>
- Arikuonto. (2020). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (18th ed.). PT. Rineka Cipta.
- Arofah, I., & Tandyonomanu, D. (2020). Impression Manangement Beauty Influencer Di Media Sosial Instagram. *Commercium*, 2(2), 103–107.
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/Commercium/article/view/31622>
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Media Kita.
- Chauwito, V. A. & Prasetyo, E. (2020). Relevansi Pendidikan Islam Al-Ghazali Terhadap Growth Mindset Generasi Z Pada Masa Covid-19. *Jurnal Experientia*, 8(2).
- Chrisantiana, T. G., & Sembiring, T. (2017). Pengaruh growth dan fixed mindset terhadap grit pada mahasiswa fakultas psikologi universitas "X" Bandung. *Humanitas (Jurnal Psikologi)*, 1(2), 133–146.
<https://journal.maranatha.edu/index.php/humanitas/article/view/422>
- Dweck, C. S. (2022). *Mindset "Mengubah Pola Berpikir untuk Perubahan Besar dalam Hidup Anda"* (XII). BACA.
- Ghufron, M. N., & Suminta, R. R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media.
<http://repository.iainkediri.ac.id/584/>
- Hadinata, C. (2020). *Hubungan Self-Presentation Dengan Kepuasan Tubuh Remaja Pada Smp X* [Universitas Tarumanegara].
[http://repository.untar.ac.id/15287/1/File 1. Pembuka %28Christine%29.pdf](http://repository.untar.ac.id/15287/1/File%201.%20Pembuka%20Christine%29.pdf)
- Haerunnisa, H., Zohrah, N., & Yusuf, R. I. (2019). Beauty influencer di Instagram terhadap Gaya Hidup Mahasiswi Universitas Islam Makassar. *Journal Komunikasi Dan Organisasi J-KO*, 1(2).
<https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jko/article/download/5242/3476>
- Hariadi, L., Putri, S. A. P., & Sunaryono, J. (2021). Hubungan Antara Growth Mindset dengan Grit pada Mahasiswa UNAKI yang Telah Bekerja. *IMAGE*, 1(2), 73–84.
<https://www.unaki.ac.id/ejournal/index.php/image/article/view/429>
- Hootsuite. (2020). *We Are Social*. Indonesian Digital Report.
- Ifdil, I., Denich, A. U., & Ilyas, A. (2017). Hubungan body image dengan kepercayaan diri remaja putri. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, 2(3), 107–113.
<http://journal2.um.ac.id/index.php/jkbbk/article/view/1267>
- Illahi, A., Fajar, D., Saputra, M. (2020). Penggunaan Social media influencer Sebagai Usaha Membangun Budaya Masyarakat Digital Tentang Konsep Tubuh Ideal dan Kepercayaan Diri. *Jurnal Komunikasi*, 12(1), 108–123.

- <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/download/7078/5603>
Irwansyah & Ligariaty, Y. (2021). Narasi Persuasi Social Media Influencer Dalam Membangun Konsep Kecantikan Dan Kepercayaan Diri. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 4(2), 173–186.
- <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom/article/viewFile/1495/782>
Jatmika, D. (2020). Webinar Growth-Mindset untuk Pembelajaran Online Pada Siswa SMA di Samarinda. *Altruis: Journal of Community Services*, 1(4), 188–193.
- <https://scholar.archive.org/work/kgnkjl2egzg5bkmtxz6fuzytxu/access/wayback/http://ejournal.umm.ac.id/index.php/altruis/article/download/14669/pdf>
Jermias, E., Rahman, A., Awal, M. (2022). Penggunaan Instagram Oleh Remaja Di Sekitar Wilayah Jalan Cenderawasih Kota Makassar. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu*, 1(2), 65–72.
- <https://melatijournal.com/index.php/Metta/article/download/71/80>
Kaparang, G. F., & Gahauna, M. (2020). Grit dan Mindset pada mahasiswa keperawatan. *Klabat Journal of Nursing*, 2(2), 8–16.
- <http://ejournal.unklab.ac.id/index.php/kjn/article/download/501/475>
Khoerunnisa, R., Selian, T. M., & Nurvikarahmi, T. (2021). Peranan Penggunaan Instagram terhadap Kepercayaan Diri Remaja. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8723–8731. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/2382>
- Lauster, P. (2022). *Tes Kepribadian. (Alih Bahasa : D.H. Gulo)* (20th ed.). Bumi Aksara.
- Mahidhika, K. R., & Fathiyah, K. N. (2022). Hubungan Growth Mindset dengan Perilaku Kepemimpinan pada Mahasiswa. *Acta Psychologia*, 4(1), 11–20.
<https://journal.uny.ac.id/index.php/actapsychologia/article/download/51706/18010>
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2019). *Teori dan Riset Khlayak Media* (1st ed.). Kencana.
- Nerika, B. (2016). *Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Kepercayaan Diri Remaja Yang Mengunggah Foto Selfie Di Instagram (Ditinjau Dari Jenis Kelamin Dan Usia)* [Universitas Muhammadiyah Surakarta].
<http://eprints.ums.ac.id/48321/>
- Oktavia, E. (2020). *Pengaruh Digital Marketing, Brand Image dan Influencer Marketing pada Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Mahasiswa STIE Malangkucecewara)* [STIE Malangkucecewara]. [http://repository.stie-mce.ac.id/1059/3/BAB II TINJAUAN PUSTAKA.pdf](http://repository.stie-mce.ac.id/1059/3/BAB%20II%20TINJAUAN%20PUSTAKA.pdf)
- OL, R. &. (2022). Raih Cuan dari Media Sosial Sebagai Influencer, Begini Cerita Diego Christian. *Media Indonesia*.
<https://mediaindonesia.com/teknologi/481809/raih-cuan-dari-media-sosial-sebagai-influencer-begini-cerita-diego-christian>
- Pradana, A. U. (2021). *Pengaruh Perbandingan Sosial, Harga Diri Dan Rasa Syukur Terhadap Kesejahteraan Subjektif Pada Mahasiswa Pengguna Instagram Di Komunitas Beauty Blogger Pekanbaru* [UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU]. <http://repository.uin-suska.ac.id/46152/2/GABUNGAN.pdf>

- Prasetya, M. (2020). Self-Presentation dan Kesadaran Privacy Micro-Influencer di Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(1), 239–258.
<https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/view/2301>
- Puspitarini, Dinda & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi (Studi Diskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1).
<https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/view/1950/1307>
- Qowim, A. (2018). Tinjauan Al-Qur'an tentang Term Kecerdasan. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1(1), 114–136.
<https://www.journal.ptiq.ac.id/index.php/iq/article/download/10/9>
- Ramadhan, M. D., & Winaryati, E. W. (2016). Korelasi metode pembelajaran terhadap mindset siswa pada pelajaran kimia. *Jurnal Pendidikan Sains (JPS)*, 4(1), 37–42.
<https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/JPKIMIA/article/download/1837/1881>
- Ramadhan, P. C., Rosdiana, A. M., & Karima, B. A. (2022). Apakah Intensitas Penggunaan Instagram Berhubungan dengan Kepercayaan Diri: Analisis Korelasi pada Mahasiswa Baru. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 4(2), 175–185.
<http://ejournalmalahayati.ac.id/index.php/PSIKOLOGI/article/view/6925>
- Saifuddin, A. (2021). *Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Psikologi* (1st ed.). PT. Raja Grafindo Persada.
- Sari, R. P., Holilulloh, & Yanzi, H. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pola Pikir Masyarakat Terhadap Pentingnya Pendidikan di Desa Cugung. *Jurnal Kultur Demokrasi*, 4(7), 1–12.
<http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/JKD/article/view/9694/6296>
- Selviana & Yulinar, S. (2022). Pengaruh Self Image dan Penerimaan Sosial terhadap Kepercayaan Diri Remaja yang Mengunggah Foto Selfie di Media Sosial Instagram. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 6(1). <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/1483/1209>
- Sembiring, T. (2018). Konstruksi Alat Ukur Mindset. *Humanitas (Jurnal Psikologi)*, 1(1), 53-6-.
<https://journal.maranatha.edu/index.php/humanitas/article/view/402>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th ed.). Alfabeta, cv.
- Syam, A., & Amri, A. (2017). Pengaruh kepercayaan diri berbasis kaderisasi IMM terhadap prestasi belajar (studi kasus di program studi pendidikan biologi keguruan dan ilmu pendidikan universitas muhammadiyah parepare). *Jurnal Biotek*, 5(1), 87–102. <http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/biotek/article/view/3448>
- Tanjung, Z., & Amelia, S. (2017). Menumbuhkan kepercayaan diri siswa. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–4.
<https://jurnal.iicet.org/index.php/jrti/article/download/205/249>
- Wahidah, Fatin R. N., Setyadi, Edi J. & Grafiyana, G. A. (2021). Efektivitas Pelatihan Growth Mindset Pada Siswa Sma. *Psycho Idea*, 19(1).
<https://doi.org/10.30595/psychoidea.v19i1.9147>
- Yulianti & Bulkani. (2018). Studi Kasus faktor Penyebab Low-self Confidence Pada Siswa Kelas 1/4 Mutawasit Arunsat Vutaya School Saiburi, Pattani,

Thailand Selatan. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 4(1).
<https://journal.umpr.ac.id/index.php/suluh/article/download/479/438>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : Haningrum Rossa Zabba

Tempat, tanggal lahir : Blitar, 12 April 2001

Jenis kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Alamat : Blitar

No. telp : 087828786221

Email : ningrumzabba@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

TK : TK Plus Wildan Mukholladun

SD : SDN Kemloko 01

SMP : SMPN 3 Peterongan

SMA : SMAN 2 Blitar

Perguruan Tinggi : UIN Raden Mas Said Surakarta

Lampiran 2 Prakata

PRAKATA

Assalamualaikum Wr.Wb.

Semoga kita semua dalam keadaan yang sehat dan senantiasa dalam lindungan Tuhan Yang Maha Esa.

Perkenalkan, saya Haningrum Rossa mahasiswa Psikologi Islam, UIN Raden Mas Said Surakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir. Sehubungan dengan itu, saya memohon bantuan serta kesediaan teman-teman untuk menjadi responden dalam penelitian saya dengan meluangkan waktu sekitar kurang lebih 10 menit untuk mengisi kuesioner berikut ini.

Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu:

1. Beauty influencers
2. Pengguna Instagram
3. 1000-10.000 followers

Tidak ada nilai baik dan buruk atau benar dan salah. Semua data yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Hormat saya,

Haningrum Rossa Zabba

191141053

Lampiran 3 Identitas Diri

IDENTITAS DIRI

Nama (boleh inisial) :

Usia :

Domisili :

Nama akun Instagram :

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya bersedia untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan sungguh-sungguh. Saya menyatakan bahwa data yang saya berikan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya dan saya mengetahui data yang saya berikan akan dijaga kerahasiannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Surakarta,..... 2023

(.....)

Lampiran 4 Skala Growth Mindset

SKALA I**Petunjuk pengisian skala**

1. Bacalah pernyataan di bawah ini dengan sungguh-sungguh
2. Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pernyataan di bawah ini yang sesuai dengan kondisi yang kalian alami dengan memberi tanda centang (√)

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Sesuai

2 = Tidak Sesuai

3 = Netral

4 = Sesuai

5 = Sangat Sesuai

Contoh:

No	Pernyataan	Keterangan				
		1	2	3	4	5
1.	saya belajar membuat konten yang baik dari kreator lain				√	

Tidak ada nilai baik dan buruk atau benar dan salah. Apabila anda sudah menyelesaikan semua pernyataan yang ada, mohon periksa kembali agar tidak ada jawaban ganda dan momor yang terlewat.

No	Pernyataan	Keterangan				
		1	2	3	4	5

1	saya belajar membuat konten yang baik dari kreator lain					
2	saya mengikuti berbagai seminar tentang membuat konten untuk menambah wawasan					
3	saya suka membuat konten yang kreatif meskipun membutuhkan waktu yang lama					
4	saya suka mengevaluasi diri jika konten yang saya buat gagal					
5	usaha keras akan memberikan peluang pengembangan diri yang sangat luas					
6	saya selalu membuat konten yang kreatif					
7	kritik dari orang lain akan mendorong saya berusaha lebih keras lagi					
8	masukan dari orang lain akan membuat konten saya lebih baik					
9	Setiap orang terlahir dengan bakat bawaannya masing-masing yang tidak bisa diubah					
10	saya tidak suka jika berada di lingkungan baru					
11	lebih baik saya menyelesaikan membuat konten yang mudah daripada yang sulit					

12	Saya tidak memperhatikan penyebab kegagalan konten saya					
13	saya mudah putus asa jika diharuskan membuat konten yang keluar dari zona nyaman saya					
14	pencapaian yang saya dapatkan bergantung pada bakat yang saya miliki					
15	kritikan dari orang lain membuat saya merasa putus asa					
16	Masukan dari orang lain tidak membuat saya untuk memperbaiki konten selanjutnya					
17	bakat menjadi <i>influencer</i> dapat diasah dengan belajar					
18	saya suka mengikuti suatu komunitas untuk menambah relasi					
19	saya suka menerima tawaran kerjasama yang membutuhkan kreatifitas					
20	saya suka memeriksa ulang konten saya sebelum saya unggah di social media agar tidak ada kesalahan					
21	saya suka berusaha sepenuh hati agar mendapatkan hasil yang maksimal					

22	Saya lebih memilih membuat konten yang sederhana dibandingkan yang rumit untuk mendapatkan hasil yang sama					
23	kritikan dari orang lain akan saya gunakan sebagai bahan evaluasi konten selanjutnya					
24	saran dari orang lain saya terima sebagai bantuan pengembangan diri					
25	Saya tidak perlu mempelajari bakat baru					
26	saya suka menghabiskan waktu untuk bersantai					
27	Saya tidak suka membuat konten yang memakan banyak waktu					
28	saya tidak peduli terhadap reaksi negatif yang orang lain berikan pada konten saya					
29	saya tidak suka jika mendapatkan tawaran kerja sama yang rumit					
30	saya asal-asalan dalam membuat konten					
31	saya tidak suka jika konten saya mendapatkan kritikan dari orang					
32	Saya tidak peduli dengan saran orang lain					

Lampiran 5 Skala Kepercayaan Diri

SKALA II**Petunjuk pengisian skala**

1. Bacalah pernyataan di bawah ini dengan sungguh-sungguh
2. Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pernyataan di bawah ini yang sesuai dengan kondisi yang kalian alami dengan memberi tanda centang (√)

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Sesuai

2 = Tidak Sesuai

3 = Netral

4 = Sesuai

5 = Sangat Sesuai

Contoh:

No	Pernyataan	Keterangan				
		1	2	3	4	5
1.	saya merasa mampu untuk membuat konten yang saya inginkan		√			

Tidak ada nilai baik dan buruk atau benar dan salah. Apabila anda sudah menyelesaikan semua pernyataan yang ada, mohon periksa kembali agar tidak ada jawaban ganda dan momor yang terlewat.

No	Pernyataan	Keterangan				
		1	2	3	4	5

1	saya merasa mampu untuk membuat konten yang saya inginkan					
2	ketika ada tugas membuat video dari <i>brand</i> , saya selesaikan dengan baik					
3	saya yakin banyak hal yang dapat saya lakukan di masa mendatang					
4	Saya yakin ketika membuat keputusan untuk bekerjasama dengan suatu <i>brand</i>					
5	saya mendengarkan penjelasan dari berbagai pihak sebelum memutuskan bekerjasama dengan suatu <i>brand</i>					
6	saya menolak mengulas suatu produk jika belum memiliki izin dari BPOM					
7	saya bertanggung jawab terhadap semua konten yang saya buat					
8	saya menyelesaikan membuat konten sebelum tenggat waktu yang diberikan					
9	saya meminta pendapat orang lain sebelum membuat konten diluar batas kemampuan saya					
10	saya yakin dapat menemukan inspirasi membuat konten yang baik dari masukan teman-teman					

11	Saya yakin dengan kelebihan yang saya miliki					
12	Meskipun mendapatkan tugas membuat konten yang sulit, saya tetap berusaha menyelesaikannya					
13	saya adalah orang yang mudah beradaptasi di lingkungan					
14	Saya telah membuat rencana untuk masa depan					
15	berani menerima kenyataan jika kerjasama dengan <i>brand</i> ditolak					
16	saya berusaha jujur ketika membuat ulasan suatu produk					
17	saya menerima kritikan yang membangun agar konten saya menjadi lebih baik					
18	saya membuat jadwal kegiatan agar tidak saling bertabrakan					
19	saya berusaha menjelaskan ulasan produk saya dengan baik agar mudah dipahami oleh orang lain					
20	saya mengobservasi konten orang lain agar saya bisa berinovasi terhadap konten yang dibuat					

21	Saya merasa orang lain memiliki kemampuan lebih baik daripada saya					
22	saya tidak mampu menyelesaikan persoalan yang saya hadapi					
23	Saya suka membanding-bandingkan diri saya dengan orang lain					
24	saya ragu konten saya dinilai kurang baik					
25	saya menjelekkan suatu <i>brand</i> jika kerjasama saya tidak berjalan baik					
26	saya melebih-lebihkan ulasan saya terhadap suatu produk					
27	saya tidak suka jika kesalahan dibebankan kepada saya					
28	saya suka mengulur-ulur waktu dalam membuat konten					
29	saya kesulitan menjelaskan permasalahan saya kepada orang lain					
30	saya mengabaikan nasihat orang lain saat melakukan kesalahan					
31	Saya sering tidak yakin terhadap sesuatu yang saya lakukan					
32	saya menolak tawaran dari <i>brand</i> jika keluar dari zona nyaman					

33	saya dipengaruhi perasaan takut gagal ketika melakukan suatu hal					
34	Saya tidak tertarik lagi mengulang membuat konten apabila hasilnya kurang baik					
35	saya memandang kesalahan konten creator lain karena pengaruh orang lain					
36	Saya akan mengikuti kemauan perusahaan meskipun itu salah					
37	Saya meniru ide konten dari kreator lain tanpa mencantumkan akun yang ditiru					
38	saya malas menyelesaikan membuat konten jika kesulitan ditengah jalan					
39	Saya mudah terpengaruh oleh orang lain					
40	saya kebingungan jika konten saya ditolak oleh brand					

Lampiran 6 Tabel Validitas Aiken's

No. of Items (<i>m</i>) or Raters (<i>n</i>)	Number of Rating Categories (<i>c</i>)											
	2		3		4		5		6		7	
	V	p	V	p	V	p	V	p	V	p	V	p
2							1.00	.040	1.00	.028	1.00	.020
3							1.00	.008	1.00	.005	1.00	.003
3			1.00	.037	1.00	.016	.92	.032	.87	.046	.89	.029
4					1.00	.004	.94	.008	.95	.004	.92	.006
4			1.00	.012	.92	.020	.88	.024	.85	.027	.83	.029
5			1.00	.004	.93	.006	.90	.007	.88	.007	.87	.007
5	1.00	.031	.90	.025	.87	.021	.80	.040	.80	.032	.77	.047
6			.92	.010	.89	.007	.88	.005	.83	.010	.83	.008
6	1.00	.016	.83	.038	.78	.050	.79	.029	.77	.036	.75	.041
7			.93	.004	.86	.007	.82	.010	.83	.006	.81	.008
7	1.00	.008	.86	.016	.76	.045	.75	.041	.74	.038	.74	.036
8	1.00	.004	.88	.007	.83	.007	.81	.008	.80	.007	.79	.007
8	.88	.035	.81	.024	.75	.040	.75	.030	.72	.039	.71	.047
9	1.00	.002	.89	.003	.81	.007	.81	.006	.78	.009	.78	.007
9	.89	.020	.78	.032	.74	.036	.72	.038	.71	.039	.70	.040
10	1.00	.001	.85	.005	.80	.007	.78	.008	.76	.009	.75	.010
10	.90	.001	.75	.040	.73	.032	.70	.047	.70	.039	.68	.048
11	.91	.006	.82	.007	.79	.007	.77	.006	.75	.010	.74	.009
11	.82	.033	.73	.048	.73	.029	.70	.035	.69	.038	.68	.041
12	.92	.003	.79	.010	.78	.006	.75	.009	.73	.010	.74	.008
12	.83	.019	.75	.025	.69	.046	.69	.041	.68	.038	.67	.049
13	.92	.002	.81	.005	.77	.006	.75	.006	.74	.007	.72	.010
13	.77	.046	.73	.030	.69	.041	.67	.048	.68	.037	.67	.041
14	.86	.006	.79	.006	.76	.005	.73	.008	.73	.007	.71	.009
14	.79	.029	.71	.035	.69	.036	.68	.036	.66	.050	.66	.047
15	.87	.004	.77	.008	.73	.010	.73	.006	.72	.007	.71	.008
15	.80	.018	.70	.040	.69	.032	.67	.041	.65	.048	.66	.041
16	.88	.002	.75	.010	.73	.009	.72	.008	.71	.007	.70	.010
16	.75	.038	.69	.046	.67	.047	.66	.046	.65	.046	.65	.046
17	.82	.006	.76	.005	.73	.008	.71	.010	.71	.007	.70	.009
17	.76	.025	.71	.026	.67	.041	.66	.036	.65	.044	.65	.039
18	.83	.004	.75	.006	.72	.007	.71	.007	.70	.007	.69	.010
18	.72	.048	.69	.030	.67	.036	.65	.040	.64	.042	.64	.044
19	.79	.010	.74	.008	.72	.006	.70	.009	.70	.007	.68	.009
19	.74	.032	.68	.033	.65	.050	.64	.044	.64	.040	.63	.048
20	.80	.006	.72	.009	.70	.010	.69	.010	.68	.010	.68	.008
20	.75	.021	.68	.037	.65	.044	.64	.048	.64	.038	.63	.041
21	.81	.004	.74	.005	.70	.010	.69	.008	.68	.010	.68	.009
21	.71	.039	.67	.041	.65	.039	.64	.038	.63	.048	.63	.045
22	.77	.008	.73	.006	.70	.008	.68	.009	.67	.010	.67	.008
22	.73	.026	.66	.044	.65	.035	.64	.041	.63	.046	.62	.049
23	.78	.005	.72	.007	.70	.007	.68	.007	.67	.010	.67	.009
23	.70	.047	.65	.048	.64	.046	.63	.045	.63	.044	.62	.043
24	.79	.003	.71	.008	.69	.006	.68	.008	.67	.010	.66	.010
24	.71	.032	.67	.030	.64	.041	.64	.035	.62	.041	.62	.046
25	.76	.007	.70	.009	.68	.010	.67	.009	.66	.009	.66	.009
25	.72	.022	.66	.033	.64	.037	.63	.038	.62	.039	.61	.049

Lampiran 7 Uji Validitas Aiken's Skala *Growth Mindset*

a. Skor sebelum diolah

no item	skor 1	revis i	skor 2	revis i	skor 3	revis i	skor 4	revis i	skor 5	revis i
1	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
3	4	4	2	2	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5
6	0	5	5	2	5	5	5	5	2	4
7	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
8	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
10	5	5	4	4	3	3	5	5	4	4
11	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
12	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
13	3	3	4	4	5	5	5	5	2	5
14	0	4	5	4	4	4	5	5	4	4
15	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
16	0	4	5	4	5	5	5	5	4	5
17	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
18	0	5	5	4	5	5	5	5	4	4
19	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5
20	3	4	5	2	5	5	5	5	2	5
21	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
22	0	5	5	2	5	5	5	5	2	5
23	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
24	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5
25	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5
26	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
27	5	5	2	2	5	5	5	5	4	4
28	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
29	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4
30	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
31	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
32	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5

Nb: nomer yang di cetak tebal adalah nomer aitem yang mendapatkan perbaikan

b. Uji Validitas Aiken's

No item	Penilai 1		Penilai 2		Penilai 3		Penilai 4		Penilai 5		Σs	V	Ket
	skor	s	skor	s	skor	s	skor	s	skor	s			
1	5	4	4	3	4	3	4	3	5	4	17	0,85	Valid
2	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	19	0,95	Valid
3	4	3	2	1	5	4	5	4	5	4	16	0,8	Valid
4	5	4	4	3	4	3	4	3	5	4	17	0,85	Valid
5	5	4	3	2	5	4	5	4	5	4	18	0,9	Valid
6	5	4	2	1	5	4	5	4	4	3	16	0,8	Valid
7	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	19	0,95	Valid
8	4	3	4	3	5	4	5	4	5	4	18	0,9	Valid
9	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	17	0,85	Valid
10	5	4	4	3	3	2	5	4	4	3	16	0,8	Valid
11	4	3	4	3	5	4	5	4	4	3	17	0,85	Valid
12	4	3	4	3	5	4	4	3	4	3	16	0,8	Valid
13	3	2	4	3	5	4	5	4	5	4	17	0,85	Valid
14	4	3	4	3	4	3	5	4	4	3	16	0,8	Valid
15	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	19	0,95	Valid
16	4	3	4	3	5	4	5	4	5	4	18	0,9	Valid
17	4	3	4	3	5	4	4	3	5	4	17	0,85	Valid
18	5	4	4	3	5	4	5	4	4	3	18	0,9	Valid
19	5	4	2	1	5	4	5	4	5	4	17	0,85	Valid
20	4	3	2	1	5	4	5	4	5	4	16	0,8	Valid
21	4	3	4	3	5	4	5	4	5	4	18	0,9	Valid
22	5	4	2	1	5	4	5	4	5	4	17	0,85	Valid
23	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	19	0,95	Valid
24	3	2	4	3	5	4	5	4	5	4	17	0,85	Valid
25	4	3	3	2	5	4	5	4	5	4	17	0,85	Valid
26	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	19	0,95	Valid
27	5	4	2	1	5	4	5	4	4	3	16	0,8	Valid
28	4	3	4	3	5	4	5	4	5	4	18	0,9	Valid
29	5	4	4	3	5	4	5	4	4	3	18	0,9	Valid
30	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	17	0,85	Valid
31	4	3	4	3	5	4	5	4	5	4	18	0,9	Valid
32	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	19	0,95	Valid

Lampiran 8 Uji Validitas Aiken's Skala Kepercayaan Diri

a. Skor sebelum diolah

no item	skor 1	revis i	skor 2	revis i	skor 3	revis i	skor 4	revis i	skor 5	revis i
1	5	5	4	4	4	4	5	5	2	5
2	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
3	5	5	3	3	5	5	5	5	3	3
4	5	5	3	3	5	5	5	5	4	4
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
6	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
7	5	5	3	3	5	5	5	5	3	3
8	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5
9	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5
10	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4
11	4	4	4	4	4	4	5	5	2	5
12	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
13	5	5	4	4	5	5	5	5	3	3
14	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
15	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5
16	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
17	4	4	3	3	5	5	4	4	5	5
18	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
19	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5
20	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
21	5	5	4	4	4	4	4	4	2	5
22	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
23	5	5	3	3	5	5	5	5	4	4
24	4	4	0	4	5	5	5	5	3	4
25	5	5	0	3	4	4	5	5	4	4
26	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4
27	0	4	5	4	5	5	4	4	3	5
28	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4
29	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5
30	5	5	4	4	4	4	5	5	3	5
31	4	4	5	4	4	4	5	5	2	5
32	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5

33	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5
34	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5
35	3	4	4	4	4	5	4	4	3	5
36	0	4	4	4	5	5	5	5	3	5
37	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5
38	0	3	4	4	5	5	5	5	3	5
39	3	5	5	4	4	5	4	4	3	5
40	3	4	5	4	4	5	4	4	3	5

Nb: nomer yang di cetak tebal adalah nomer aitem yang mendapatkan perbaikan

b. Uji Validitas Aiken's

no item	Penilai 1		Penilai 2		Penilai 3		Penilai 4		Penilai 5		Σs	V	Ket
	skor	s	skor	s	skor	s	skor	s	skor	s			
1	5	4	4	3	4	3	5	4	5	4	18	0,9	Valid
2	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	19	0,95	Valid
3	5	4	3	2	5	4	5	4	3	2	16	0,8	Valid
4	5	4	3	2	5	4	5	4	4	3	17	0,85	Valid
5	5	4	4	3	4	3	5	4	5	4	18	0,85	Valid
6	5	4	4	3	4	3	4	3	5	4	17	0,8	Valid
7	5	4	3	2	5	4	5	4	3	2	16	0,8	Valid
8	5	4	3	2	5	4	5	4	5	4	18	0,9	Valid
9	5	4	3	2	4	3	5	4	5	4	17	0,85	Valid
10	4	3	3	2	5	4	5	4	4	3	16	0,8	Valid
11	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	17	0,85	Valid
12	4	3	4	3	5	4	5	4	5	4	18	0,9	Valid
13	5	4	4	3	5	4	5	4	3	2	17	0,85	Valid
14	5	4	4	3	5	4	4	3	4	3	17	0,85	Valid
15	5	4	3	2	4	3	5	4	5	4	17	0,85	Valid
16	5	4	4	3	4	3	5	4	5	4	18	0,9	Valid
17	4	3	3	2	5	4	4	3	5	4	16	0,8	Valid
18	5	4	4	3	5	4	5	4	4	3	18	0,9	Valid
19	5	4	3	2	4	3	5	4	5	4	17	0,85	Valid
20	4	3	4	3	5	4	5	4	5	4	18	0,9	Valid
21	5	4	4	3	4	3	4	3	5	4	17	0,85	Valid
22	4	3	4	3	4	3	5	4	4	3	16	0,8	Valid
23	5	4	3	2	5	4	5	4	4	3	17	0,85	Valid
24	4	3	4	3	5	4	5	4	4	3	17	0,85	Valid
25	5	4	3	2	4	3	5	4	4	3	16	0,8	Valid
26	4	3	3	2	5	4	5	4	4	3	16	0,8	Valid
27	4	3	4	3	5	4	4	3	5	4	17	0,85	Valid

28	4	3	3	2	5	4	5	4	4	3	16	0,8	Valid
29	5	4	3	2	5	4	5	4	5	4	18	0,9	Valid
30	5	4	4	3	4	3	5	4	5	4	18	0,9	Valid
31	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	17	0,85	Valid
32	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	17	0,85	Valid
33	4	3	3	2	5	4	5	4	5	4	17	0,85	Valid
34	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	17	0,85	Valid
35	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	17	0,85	Valid
36	4	3	4	3	5	4	5	4	5	4	18	0,9	Valid
37	5	4	3	2	5	4	5	4	3	2	16	0,8	Valid
38	3	2	4	3	5	4	5	4	5	4	17	0,85	Valid
39	5	4	4	3	4	3	5	4	4	3	17	0,85	Valid
40	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	17	0,85	Valid

Lampiran 9 Uji Daya Beda Item dan Reliabilitas Skala *Growth Mindset*

a. Hasil Uji Daya Beda Item Awal

Item	riX	Item	riX
Item 1	0,377	Item 17	0,171
Item 2	0.291	Item 18	0,304
Item 3	0,391	Item 19	0,419
Item 4	0,461	Item 20	0,333
Item 5	0,327	Item 21	0,376
Item 6	0,377	Item 22	-0,015
Item 7	0,432	Item 23	0,453
Item 8	0,421	Item 24	0,430
Item 9	0,052	Item 25	0,468
Item 10	0, 503	Item 26	0,374
Item 11	0,387	Item 27	0,491
Item 12	0,491	Item 28	0,310
Item 13	0,605	Item 29	0,519
Item 14	0,308	Item 30	0,614
Item 15	0,551	Item 31	0,510
Item 16	0,537	Item 32	0,574

Nb: nomer aitem yang dicetak tebal adalah aitem yang gugur

b. Hasil Uji Daya Beda Item Setelah Aitem Yang Gugur Dihapus

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	94.14	164.684	.336	.884
X3	94.25	162.550	.372	.884
X4	94.16	161.679	.447	.882
X5	93.93	165.577	.327	.885
X6	94.41	162.885	.347	.884
X7	94.10	163.011	.449	.882

X8	94.01	163.970	.422	.883
X10	94.73	154.962	.525	.880
X11	95.57	158.548	.406	.884
X12	94.86	155.528	.519	.880
X13	94.76	152.307	.611	.877
X15	94.36	155.659	.571	.879
X16	94.66	153.189	.548	.879
X19	94.20	163.095	.393	.883
X20	93.94	165.072	.334	.884
X21	93.91	165.097	.386	.884
X23	94.07	163.342	.458	.882
X24	93.92	163.893	.436	.883
X25	94.25	158.008	.495	.881
X26	95.30	158.515	.367	.885
X27	95.05	155.811	.489	.881
X29	94.95	156.474	.489	.881
X30	94.27	152.226	.651	.876
X31	94.38	157.865	.512	.880
X32	94.24	155.852	.581	.878

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	25

Lampiran 10 Uji Daya Beda Item dan Reliabilitas Skala Kepercayaan Diri

a. Hasil Uji Daya Beda Item Awal

Item	riX	Item	riX
Item 1	0,392	Item 21	0,277
Item 2	0,484	Item 22	0,427
Item 3	0,288	Item 23	0,502
Item 4	0,469	Item 24	0,554
Item 5	0,423	Item 25	0,475
Item 6	0,084	Item 26	0,563
Item 7	0,484	Item 27	0,452
Item 8	0,400	Item 28	0,629
Item 9	0,412	Item 29	0,580
Item 10	0,427	Item 30	0,651
Item 11	0,477	Item 31	0,704
Item 12	0,530	Item 32	0,609
Item 13	0,373	Item 33	0,595
Item 14	0,495	Item 34	0,661
Item 15	0,470	Item 35	0,647
Item 16	0,440	Item 36	0,513
Item 17	0,501	Item 37	0,567
Item 18	0,448	Item 38	0,658
Item 19	0,529	Item 39	0,582
Item 20	0,423	Item 40	0,547

Nb: nomer aitem yang dicetak tebal adalah aitem yang gugur

b. Hasil Uji Daya Beda Item Setelah Aitem Yang Gugur Dihapus

Item-Total Statistics			
Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

Y1	144.90	381.648	.381	.936
Y2	144.65	381.204	.460	.935
Y4	144.67	381.366	.456	.935
Y5	144.64	383.176	.412	.936
Y7	144.41	383.258	.480	.935
Y8	144.64	383.399	.404	.936
Y9	144.78	382.172	.407	.936
Y10	144.55	382.570	.434	.936
Y11	144.52	382.362	.470	.935
Y12	144.52	381.326	.529	.935
Y13	144.76	382.518	.377	.936
Y14	144.63	381.110	.491	.935
Y15	144.61	382.873	.472	.935
Y16	144.46	384.290	.428	.936
Y17	144.45	383.786	.498	.935
Y18	144.70	381.415	.446	.935
Y19	144.47	382.391	.523	.935
Y20	144.52	383.979	.418	.936
Y22	145.19	371.562	.529	.935
Y23	145.53	370.270	.501	.935
Y24	145.45	370.077	.549	.935
Y25	144.79	374.079	.473	.935
Y26	144.79	373.104	.560	.934
Y27	145.47	372.662	.468	.936
Y28	145.08	369.356	.643	.934
Y29	145.27	367.635	.586	.934
Y30	144.83	370.638	.656	.934
Y31	145.19	361.009	.715	.933
Y32	145.12	370.528	.608	.934
Y33	145.29	365.463	.606	.934
Y34	144.94	367.820	.662	.933
Y35	145.00	369.789	.659	.933
Y36	144.92	373.334	.515	.935
Y37	144.79	370.167	.577	.934
Y38	144.86	369.719	.667	.933
Y39	145.17	369.991	.587	.934
Y40	145.34	370.105	.552	.935

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	37

Lampiran 11 Uji Normalitas, Linearitas, Hipotesis

	Tests of Normality					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Growth Mindset	.105	384	.000	.958	384	.000
Kepercayaan Diri	.094	384	.000	.956	384	.000

a. Lilliefors Significance Correction

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepercayaan Diri * Growth Mindset	Between Groups	Linear	71448.778	1	71448.778	520.99	.000
		Deviation from Linearity	8942.863	55	162.598	1.186	.187
		Total	80391.641	56	1435.565	10.468	.000
	Within Groups	44844.148	327	137.138			
Total			125235.789	383			

			Growth Mindset	Kepercayaan Diri
Spearman's rho	Growth Mindset	Correlation Coefficient	1.000	.779**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	384	384
	Kepercayaan Diri	Correlation Coefficient	.779**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	384	384

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

Lampiran 12 Kategorisasi Aspek

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

Ya	Yb	Yc	Yd	Ye
31	29	29	37	36
21	22	19	26	25
29	22	32	34	31
26	25	28	30	28
22	20	27	31	27
17	22	20	21	23
27	27	28	31	31
30	24	29	34	30
31	27	24	30	32
22	22	21	25	24
25	24	25	30	29
25	19	30	30	32
24	20	23	28	25
29	27	31	34	34
31	29	28	32	30
34	35	35	40	38
24	22	25	30	28
30	28	30	32	33
27	19	27	28	32
29	26	27	30	29
22	23	26	32	27

22	14	20	18	24
23	18	30	28	36
24	20	35	30	40
25	15	22	23	33
26	20	31	30	40
27	18	30	27	38
28	16	27	25	37
29	14	25	21	33
30	12	23	21	32
31	12	28	24	30
32	13	27	23	31
33	13	26	17	26
34	16	25	21	32
35	16	27	27	36
36	15	22	21	31
37	12	25	24	35
38	18	29	28	36
39	17	30	26	39
40	14	33	25	38
41	14	24	21	32
42	13	30	24	35
43	14	27	23	32
44	16	28	24	37
45	14	27	24	35
46	14	24	21	32

20	22	22	24	24
31	32	29	33	31
35	35	35	40	40
26	23	30	34	32
33	31	35	39	39
33	28	31	37	33
31	31	28	38	32
29	26	27	28	29
22	23	26	30	28
26	22	27	30	29
25	21	26	29	29
19	23	22	27	23
25	23	30	30	26
32	33	34	37	38
24	19	28	27	28
23	21	20	26	25
35	34	35	40	40
32	24	34	36	37
32	27	28	36	35
23	20	27	29	27
27	22	33	34	31
27	28	30	32	33
27	24	35	26	34
28	31	31	33	35
27	23	27	27	30

47	15	28	24	34
48	18	31	25	32
49	16	30	25	36
50	11	26	26	35
51	13	26	22	30
52	14	30	27	37
53	20	27	27	40
54	16	26	23	32
55	12	30	23	36
56	15	24	25	32
57	16	31	26	39
58	14	28	22	30
59	18	28	23	40
60	9	28	29	38
61	16	29	23	38
62	15	27	27	36
63	8	23	18	24
64	10	22	18	24
65	18	33	28	40
66	14	26	21	34
67	15	29	25	32
68	16	27	25	37
69	11	21	20	20
70	16	29	24	40
71	16	35	30	40

29	30	30	33	33
29	30	32	34	37
29	28	28	35	26
27	30	32	34	32
27	24	26	32	30
30	30	30	36	34
25	21	31	37	27
31	30	29	34	34
26	21	29	37	37
28	27	30	30	32
30	25	31	40	36
28	19	31	34	32
30	29	31	39	37
31	35	34	39	38
32	22	30	35	34
32	28	30	35	32
25	21	21	29	28
24	22	24	28	28
27	24	33	37	32
24	20	26	30	27
29	22	30	33	32
30	29	32	33	33
29	22	24	28	26
31	31	34	36	38
31	32	35	40	36

72	15	27	25	32
73	15	33	27	40
74	18	32	28	40
75	17	29	29	40
76	15	27	25	30
77	8	23	17	25
78	8	21	19	23
79	13	32	23	36
80	13	27	24	38
81	18	31	27	40
82	12	25	21	32
83	10	22	20	30
84	17	31	25	37
85	13	30	24	30
86	17	33	28	40
87	16	28	20	29
88	16	27	25	30
89	14	28	24	33
90	14	28	22	26
91	15	23	23	32
92	15	27	24	32
93	8	25	25	28
94	14	23	21	38
95	15	28	24	37
96	12	24	23	26

27	24	29	33	30
33	30	35	38	40
32	32	34	40	38
35	34	35	40	40
28	25	25	35	29
23	17	20	25	24
23	19	20	25	24
21	18	30	33	29
26	17	33	31	31
35	31	35	40	35
29	25	31	28	29
25	20	33	36	37
32	28	35	37	33
26	23	28	31	29
32	34	34	37	37
27	21	30	30	24
29	32	31	36	35
31	31	30	35	32
27	26	30	32	30
27	31	29	33	33
27	26	27	32	30
34	31	35	40	38
30	27	32	37	32
27	21	32	34	27
25	27	29	28	26

97	15	32	27	35
98	15	22	19	32
99	16	31	27	35
100	16	32	27	35
101	15	32	28	36
102	15	24	25	27
103	11	23	19	23
104	17	29	29	38
105	18	31	28	32
106	17	30	27	30
107	14	29	29	33
108	17	28	28	35
109	19	31	27	30
110	16	30	25	32
111	15	26	20	34
112	15	28	25	32
113	14	22	21	31
114	13	28	23	31
115	13	29	25	35
116	18	30	26	32
117	18	33	28	37
118	18	31	28	32
119	18	32	25	33
120	15	22	21	30
121	18	29	26	38

31	32	32	36	34
23	19	29	28	28
31	31	32	36	35
31	31	30	36	33
30	33	29	35	34
21	25	30	36	33
27	24	28	33	34
34	33	25	33	36
29	31	30	37	38
29	29	28	30	31
32	28	28	35	36
30	31	31	35	31
30	31	31	35	33
30	26	30	30	32
27	21	29	28	28
28	28	32	31	33
28	25	28	28	34
27	26	28	32	33
29	32	33	33	34
31	31	32	35	35
31	31	30	36	34
32	32	31	35	38
29	31	32	34	36
23	21	22	31	27
30	33	30	36	35

122	16	31	27	33
123	14	32	28	33
124	16	32	28	35
125	15	32	26	35
126	15	31	26	36
127	16	31	27	37
128	17	26	26	32
129	18	31	28	36
130	17	29	26	38
131	19	31	29	38
132	16	30	25	33
133	16	31	28	32
134	18	27	26	37
135	20	35	29	40
136	20	33	30	40
137	16	32	27	37
138	14	28	26	35
139	16	33	26	33
140	19	31	26	37
141	16	31	29	35
142	16	29	26	34
143	16	26	27	33
144	18	30	26	35
145	16	32	24	36
146	14	16	16	16

33	30	31	35	37
29	31	32	35	37
28	28	31	34	33
31	31	32	34	36
30	31	30	34	34
33	31	30	34	34
30	26	27	30	30
30	30	33	33	37
30	30	31	34	37
30	33	30	39	38
32	22	32	34	34
32	26	27	34	36
30	30	30	35	35
35	34	35	40	40
34	35	35	40	40
30	30	30	35	35
29	31	26	36	36
31	29	30	35	35
31	28	31	34	31
29	32	30	39	32
32	30	31	35	33
33	32	30	37	37
32	27	30	36	33
28	26	30	34	35
27	28	28	36	38

147	16	32	25	32
148	18	31	26	33
149	16	31	26	34
150	17	31	25	35
151	14	23	23	30
152	12	35	30	40
153	15	24	22	28
154	19	33	27	36
155	17	32	29	40
156	15	26	25	36
157	15	32	27	40
158	14	30	23	31
159	14	26	24	32
160	12	26	23	31
161	20	35	27	37
162	16	27	24	36
163	16	30	29	36
164	16	29	25	37
165	14	28	25	36
166	13	24	22	30
167	20	34	27	37
168	16	25	22	30
169	17	26	25	36
170	8	23	17	26
171	15	31	27	35

30	32	29	35	33
30	26	30	35	35
29	32	30	35	33
31	29	30	36	35
27	24	26	30	28
35	35	35	40	40
26	24	22	26	28
34	31	29	31	34
33	33	35	39	38
25	28	31	39	36
27	28	32	36	34
25	23	27	30	29
28	27	25	32	30
20	17	29	28	28
33	31	32	36	35
33	28	34	36	37
33	33	33	37	39
28	25	32	36	32
27	19	27	31	29
25	24	30	33	30
31	27	35	40	40
29	26	27	33	32
28	30	32	36	31
26	21	22	28	29
33	33	33	38	36

172	15	27	23	32
173	17	31	25	32
174	15	29	26	36
175	16	28	26	36
176	18	30	27	35
177	16	35	28	40
178	18	29	29	35
179	14	26	24	29
180	18	30	27	31
181	14	27	21	33
182	15	27	25	39
183	17	32	25	39
184	18	29	24	36
185	10	30	28	36
186	12	27	27	33
187	18	31	23	37
188	16	26	24	32
189	17	28	29	35
190	16	28	23	35
191	15	25	22	33
192	16	28	23	35
193	12	27	28	38
194	18	30	24	36
195	17	28	24	28
196	19	31	25	31

26	25	29	29	31
31	29	33	34	33
25	24	33	34	28
31	29	27	37	33
27	28	31	34	33
30	28	34	40	39
35	31	30	38	39
26	23	27	30	28
27	23	29	33	30
31	30	35	37	37
27	26	31	29	33
29	30	34	37	32
27	25	30	36	37
26	25	26	33	31
29	29	28	31	35
32	32	33	35	35
28	29	31	30	30
30	29	30	36	32
28	23	28	33	32
34	33	33	38	37
29	24	32	35	30
33	30	33	38	38
35	23	35	33	38
30	25	18	30	32
32	27	32	31	33

197	18	27	27	39
198	16	28	23	32
199	18	26	27	40
200	17	29	25	36
201	16	26	23	40
202	13	24	22	31
203	15	30	25	36
204	17	30	26	35
205	16	28	23	31
206	17	32	28	32
207	18	29	27	36
208	14	30	27	37
209	15	29	26	32
210	14	30	26	33
211	13	27	23	32
212	12	25	20	32
213	13	30	26	32
214	14	23	21	31
215	16	31	25	35
216	17	31	28	36
217	14	27	25	37
218	19	34	29	40
219	20	33	29	40
220	14	26	23	34
221	17	28	26	40

33	29	33	39	38
28	25	29	33	28
35	34	31	36	36
27	27	33	31	32
29	31	32	34	38
23	23	31	31	29
29	25	30	33	36
30	30	32	34	33
26	26	32	36	38
29	31	32	34	34
29	31	31	35	35
35	33	34	34	40
29	29	32	31	32
29	28	32	31	33
27	24	28	31	30
26	25	28	29	31
27	20	32	32	25
22	20	19	25	22
32	33	29	37	36
33	31	30	34	36
28	24	33	34	34
35	33	33	38	36
31	28	29	33	30
25	23	26	32	26
34	33	35	37	39

222	20	26	26	38
223	15	24	18	26
224	15	30	29	34
225	18	30	26	36
226	17	30	26	34
227	16	31	26	35
228	16	32	26	36
229	19	26	27	35
230	16	32	26	36
231	19	29	26	32
232	15	27	24	31
233	14	32	26	38
234	18	30	25	34
235	20	30	28	33
236	12	26	24	29
237	14	22	19	30
238	15	27	20	32
239	14	28	21	30
240	17	23	22	31
241	15	28	29	36
242	13	28	21	31
243	13	26	24	34
244	18	29	26	36
245	12	26	19	29
246	16	32	27	35

31	25	35	37	35
22	21	29	23	28
31	30	28	36	33
32	31	31	32	35
31	32	29	36	35
31	31	29	37	36
31	30	32	36	35
30	30	34	34	35
32	30	32	35	34
30	30	32	36	33
26	23	24	28	29
29	25	28	32	33
30	30	31	35	35
31	32	31	37	34
27	27	24	28	32
25	23	27	31	26
28	24	25	28	30
25	22	29	29	29
24	21	28	30	29
29	24	32	33	35
27	24	25	30	27
29	27	28	34	30
31	31	31	34	36
27	21	28	28	29
32	30	28	37	35

247	16	32	27	35
248	13	27	23	33
249	13	24	23	30
250	18	32	28	35
251	16	26	24	31
252	13	28	21	37
253	18	32	28	36
254	14	30	20	35
255	17	31	25	32
256	16	31	25	33
257	13	22	21	32
258	17	30	26	35
259	15	30	29	38
260	16	31	28	38
261	18	33	29	34
262	20	27	30	32
263	16	30	28	37
264	18	29	27	31
265	14	24	22	35
266	16	33	25	34
267	18	31	26	37
268	18	31	25	36
269	17	30	26	34
270	15	25	24	30
271	16	31	26	36

31	32	31	36	37
25	24	28	31	29
27	25	28	29	28
32	35	28	38	34
30	27	30	34	31
30	22	26	24	25
30	31	31	33	38
28	25	29	32	28
33	29	30	37	36
30	31	29	34	37
24	24	25	31	26
29	30	28	36	34
28	23	31	35	27
31	33	28	34	37
29	32	34	36	37
32	28	32	35	28
32	32	31	35	36
23	23	27	27	28
26	26	32	37	33
32	31	32	37	37
30	30	31	35	38
28	33	28	36	33
29	32	29	35	34
29	24	27	28	31
29	28	31	32	35

272	19	31	23	33
273	16	32	25	36
274	17	30	28	33
275	14	26	22	32
276	14	26	21	26
277	18	33	29	40
278	17	28	29	36
279	14	29	27	34
280	13	23	20	28
281	16	27	24	30
282	14	27	22	40
283	18	27	22	39
284	18	27	24	40
285	11	12	20	25
286	15	25	21	34
287	18	29	26	34
288	16	28	24	29
289	20	32	24	37
290	18	34	28	40
291	12	30	25	39
292	14	31	26	37
293	16	28	24	32
294	14	29	23	31
295	13	25	23	32
296	17	30	27	38

30	28	32	34	30
28	30	28	36	34
23	32	31	37	36
26	18	31	32	32
23	19	28	30	28
35	27	33	40	35
30	29	31	35	31
35	34	35	33	35
28	28	26	32	32
28	28	27	32	33
31	31	25	34	35
27	21	34	33	30
31	33	33	38	34
15	19	18	18	25
25	19	31	27	29
33	28	34	36	32
28	24	28	33	30
29	31	33	36	35
34	34	34	40	39
30	24	33	39	34
31	27	34	36	37
27	27	28	31	30
28	28	27	32	30
23	19	30	27	27
33	33	35	40	37

297	15	26	24	33
298	12	24	20	31
299	12	20	18	23
300	14	27	23	32
301	17	27	26	38
302	16	32	26	34
303	16	31	28	36
304	15	32	29	35
305	13	27	26	36
306	15	31	27	36
307	13	26	22	29
308	15	30	25	33
309	18	27	21	35
310	12	26	23	32
311	14	27	23	32
312	16	27	27	30
313	16	27	24	21
314	9	27	21	25
315	15	29	24	40
316	18	24	21	37
317	15	25	23	36
318	16	27	25	37
319	15	34	25	39
320	8	23	18	24
321	18	26	24	34

28	23	27	30	29
24	24	32	29	29
23	17	26	32	27
25	23	27	31	31
30	28	31	36	31
26	25	24	31	31
31	31	32	36	35
29	30	32	35	36
32	33	31	36	37
31	32	32	34	36
25	22	30	31	27
30	24	33	36	31
27	25	29	28	31
24	23	28	31	30
28	22	30	32	28
30	27	30	37	36
26	19	28	31	25
29	22	23	32	32
30	26	32	38	36
32	30	30	38	39
25	23	29	30	29
27	25	32	34	32
27	23	30	33	31
23	19	19	24	24
33	29	30	33	31

322	17	25	23	30
323	15	29	25	36
324	14	24	21	32
325	15	29	26	38
326	19	25	28	38
327	14	30	23	35
328	10	19	16	25
329	16	27	24	33
330	15	27	23	36
331	11	24	22	30
332	16	30	28	37
333	19	28	26	38
334	20	34	29	39
335	15	24	22	30
336	14	23	23	26
337	17	33	28	36
338	16	30	27	35
339	14	30	26	32
340	16	24	28	33
341	10	25	20	25
342	16	31	27	37
343	17	30	26	36
344	12	24	18	24
345	16	29	23	29
346	14	31	26	36

25	24	33	32	27
27	28	29	35	32
23	20	27	28	31
34	33	33	38	37
32	28	31	38	36
26	26	31	33	28
20	17	24	25	23
27	26	28	28	31
28	25	30	32	33
24	22	27	34	33
9	11	9	13	9
30	31	31	37	37
35	35	35	40	40
25	25	33	33	37
25	26	26	27	31
31	29	31	36	35
30	33	29	37	35
31	28	29	31	33
31	30	33	36	35
28	24	32	33	35
30	30	30	35	35
31	29	27	34	35
20	19	20	23	23
26	27	26	32	27
30	31	30	34	35

347	10	32	25	34
348	14	28	26	34
349	16	24	23	34
350	16	29	22	34
351	13	30	28	35
352	20	34	30	40
353	18	32	30	36
354	14	24	10	31
355	14	18	18	26
356	17	29	27	37
357	17	33	30	34
358	14	28	27	34
359	16	27	24	35
360	17	33	26	35
361	20	30	30	38
362	14	24	24	33
363	15	30	27	40
364	9	20	15	21
365	19	33	30	40
366	12	22	21	30
367	15	31	28	40
368	16	26	26	40
369	17	29	27	39
370	16	22	21	36
371	13	22	16	31

31	32	31	34	35
28	28	32	31	33
28	26	27	32	32
26	25	28	30	31
28	24	32	34	34
35	35	35	40	40
32	30	32	35	37
19	25	24	12	36
21	22	18	23	20
30	27	29	38	34
29	29	30	37	36
31	32	31	33	36
27	23	28	28	28
30	32	30	37	36
31	35	30	37	38
24	23	28	27	30
26	26	33	37	34
21	21	20	26	26
31	32	32	38	37
19	20	18	20	23
33	32	35	39	35
27	27	31	31	31
27	31	33	37	36
25	28	30	29	35
21	19	26	20	19

372	13	25	25	36
373	16	26	24	32
374	12	31	29	36
375	17	31	28	39
376	17	29	26	40
377	14	25	24	33
378	14	28	26	35
379	15	27	27	35
380	13	18	17	30
381	8	23	22	29
382	9	23	20	24
383	15	21	22	35
384	17	30	27	36
Σ_s	5864	10746	9455	12980

29	27	29	34	35
25	22	28	28	29
33	31	35	38	32
27	33	35	40	40
34	32	34	37	38
26	21	29	30	28
30	27	33	34	33
29	24	30	33	31
22	25	28	33	30
19	20	20	24	23
22	20	19	25	24
29	28	28	32	33
31	27	32	33	35
10928	10336	11345	12730	12462

23	L	5	5	5	5	4	5	5	4	2	4	4	5	1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	112	
24	LT	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	125	
25	Roza	5	3	3	5	3	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	5	93		
26	Ismi	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	121	
27	Niam	3	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	113	
28	Angela	3	3	3	5	3	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	105	
29	Hny	4	4	4	5	4	4	4	4	2	5	4	5	2	4	4	5	5	4	4	2	2	2	1	4	5	93	
30	Arief	3	4	3	4	3	5	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	88	
31	Karina	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	1	4	3	5	4	4	94	
32	Karina	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	94	
33	FM	3	3	5	4	3	4	3	3	3	4	2	3	4	5	3	4	4	3	3	4	3	2	2	2	3	82	
34	AIK	4	4	5	4	3	4	4	5	2	2	2	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	94	
35	Ray	4	4	4	5	4	4	5	4	2	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	3	3	5	4	4	106	
36	Ela	4	4	2	5	3	4	4	5	3	2	2	2	3	5	4	4	4	4	5	1	2	2	5	5	5	89	
37	Andi	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	2	2	4	3	5	5	5	96	
38	abbas	3	5	5	5	5	5	5	5	1	5	3	5	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	111	
39	ANR	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	112	
40	Dm	4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	5	4	5	110	
41	tiara	4	3	4	3	3	5	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	2	2	3	4	4	4	91	
42	Ayu	5	4	5	5	4	5	5	2	3	4	1	3	2	5	5	5	5	5	4	2	4	4	5	5	5	102	
43	Della	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	3	1	4	4	4	96	
44	San	5	5	5	5	4	5	5	5	2	2	3	4	4	5	5	5	5	5	4	2	4	2	5	5	4	105	
45	Ayes	4	4	5	5	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	2	3	3	4	3	4	100
46	R	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	91	
47	Regita	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	101	

48	Icha	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	4	2	5	4	4	106
49	Aldo	5	5	4	5	4	4	5	3	3	4	3	5	5	5	5	3	5	5	3	4	3	5	4	5	107	
50	Aurel	5	4	3	5	5	5	4	1	3	3	4	3	5	5	5	5	5	3	2	3	3	4	4	4	98	
51	Alee	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	91	
52	MRP	4	5	5	4	4	4	5	4	2	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	2	4	5	5	5	4	108
53	Irma	5	5	5	5	4	5	5	5	2	2	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	114
54	Nau	4	4	4	4	2	4	4	5	4	2	4	5	2	4	4	4	3	4	5	2	4	4	5	5	5	97
55	Caecil	4	5	3	5	4	5	5	1	4	4	2	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	2	5	4	4	101
56	Gio	4	3	4	4	5	4	4	4	3	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	5	4	4	96
57	sindi	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	3	5	4	5	112
58	Lily	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	2	4	4	3	3	4	94
59	Farhan	5	5	5	5	5	5	5	3	2	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	3	5	5	109
60	yessy	5	4	4	5	4	4	5	2	2	4	5	5	5	4	5	5	5	4	1	1	5	5	5	5	5	104
61	Bimbim	5	4	5	5	3	4	4	4	3	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	2	3	2	5	5	5	106
62	Ade	4	4	4	5	4	5	5	3	2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	3	5	4	4	105
63	Win	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	73
64	AG	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	74
65	Dian	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	119
66	Sha	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	5	5	5	95
67	Chey	4	3	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	101
68	Rose	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	105
69	Oim	5	3	5	3	4	2	3	1	2	1	4	1	1	5	4	5	3	5	3	2	1	1	3	2	3	72
70	Eci	5	5	5	5	4	5	5	3	4	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	109
71	Suci	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	121
72	Azizah	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	5	5	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	99

73	tiam	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	2	5	5	5	115	
74	marsha	4	4	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	118	
75	Nabila	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	115	
76	marsya	5	3	5	4	3	5	3	3	4	5	5	5	3	3	3	5	4	5	3	4	4	3	5	3	2	97
77	Ay	5	5	5	5	4	5	5	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	2	73
78	Al	5	4	5	5	5	5	4	1	1	1	1	1	1	5	4	5	5	5	1	1	1	2	1	1	1	71
79	Lina	4	5	5	5	4	4	5	3	3	5	2	3	5	5	5	5	5	5	1	4	2	5	4	5	104	
80	Dadis	4	5	5	5	3	5	5	3	2	2	3	3	5	5	5	5	5	5	4	2	3	3	5	5	5	102
81	Lira	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	116	
82	Aldy	4	4	5	5	3	5	5	3	3	3	3	5	3	3	4	5	4	4	3	2	3	3	2	3	3	90
83	Weni	4	4	4	5	3	4	4	1	2	3	3	3	3	3	4	5	5	5	3	2	2	2	2	3	3	82
84	els	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	1	5	5	4	110
85	Frea	4	5	5	5	4	5	5	3	2	4	4	3	2	5	5	5	4	4	4	2	4	2	4	3	4	97
86	Desti	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	5	5	5	118
87	Azhar	5	4	5	4	1	3	5	2	3	4	4	3	3	3	5	5	3	5	5	4	4	2	4	3	4	93
88	NURUL	4	4	3	3	3	4	3	3	5	3	5	4	1	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	98
89	Jihan	3	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	2	4	5	5	4	4	4	3	3	1	5	3	5	99
90	Ruth	4	5	5	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	90
91	Mifta	4	5	3	5	4	4	4	3	3	3	2	4	5	3	3	4	4	4	3	5	3	3	5	3	4	93
92	Mia	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	98
93	Sri	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	1	1	3	4	5	3	3	86
94	Ikka Putri	5	4	4	4	3	5	5	2	1	2	2	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	2	5	5	5	96
95	Dwin	4	4	4	5	3	5	5	3	3	5	3	4	3	4	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	104
96	Bian	4	4	3	5	3	3	4	2	2	3	4	3	3	5	5	4	3	4	4	2	2	3	4	2	4	85
97	Eva	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	2	5	5	4	4	5	109

98	AIA	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	5	5	4	4	5	3	2	1	3	4	4	88
99	Natalia	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	2	5	5	4	4	5	109
100	AFC	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	2	5	5	5	4	5	110
101	NBF	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	2	5	5	5	4	5	111
102	Devi	4	5	4	5	5	4	4	2	2	2	3	2	2	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	5	91
103	Mita	4	4	5	5	4	4	3	3	2	2	2	2	2	5	4	5	4	5	2	2	1	1	2	1	2	76
104	Nurul	5	4	5	5	4	5	5	5	2	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	2	5	5	5	5	5	113
105	Ayu	4	4	5	4	5	5	4	5	2	5	5	5	1	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	109
106	Lukman	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	104
107	Qilmi	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	1	4	5	5	4	5	105
108	Weni	4	5	4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	108
109	Ita	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	107
110	NPL	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	5	4	4	103
111	Esmerald	5	3	4	4	2	4	4	4	2	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	2	4	2	4	4	4	95
112	NKJ	5	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	100
113	Mia	4	3	4	5	2	4	4	4	2	1	3	3	4	4	5	4	5	4	4	2	3	2	5	3	4	88
114	Lilya	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	2	5	5	5	5	5	4	2	2	2	3	3	3	95
115	Catrina	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	3	2	4	4	4	3	4	102
116	Lynda	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	1	2	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	106
117	Bahari	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	116
118	Kanaya	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	1	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	109
119	am	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	1	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	108
120	THERE	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	88
121	Adela	5	5	4	5	3	5	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	111
122	Sofia	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	107

123	Prika	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	2	4	5	5	4	5	4	2	4	4	5	4	5	107
124	Yaya	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	111
125	Esti	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	2	5	5	4	5	4	108
126	Intan R	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4	5	4	4	2	4	4	5	4	5	108
127	Okta	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	111
128	Dila	4	3	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	3	3	5	3	4	101
129	YM	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	113
130	CPK	4	4	3	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	110
131	ZI	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	117
132	Herlan	4	5	4	4	5	4	2	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	104
133	Wiwit	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	107
134	Reni	5	4	4	4	5	5	5	4	2	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	108
135	Farid	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	124
136	Dilah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	123
137	Intan	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	112
138	MMM	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	5	103
139	Nabila	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	108
140	Oppie	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	113
141	Leni	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	111
142	Kartika	4	5	5	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	105
143	Messy	5	5	1	5	4	4	4	5	1	5	5	5	4	4	5	4	1	5	5	1	5	4	5	5	5	102
144	JM	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	109
145	aurigae	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	108
146	Mudhiah	4	4	5	4	5	5	4	5	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	4	2	2	2	1	1	62
147	Mega	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	105

173	Jingga	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	3	4	5	5	5	4	5	4	4	5	3	5	3	4	105	
174	Febi	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	2	3	4	5	4	5	106		
175	Nina	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	3	5	5	5	5	2	3	3	5	2	5	106		
176	Weni	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	110	
177	Epi	1	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	119	
178	Nurul	4	5	5	4	5	5	4	5	1	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	111	
179	Nova Zee	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	93	
180	Dinda	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	1	2	106	
181	Rysa	5	4	4	5	2	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	1	2	2	5	3	4	95	
182	Ummik	4	4	5	5	4	5	5	3	3	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	106	
183	Andha	4	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	1	5	5	5	113	
184	Zhy	5	5	5	5	4	5	5	3	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	1	107	
185	Marwah	3	4	5	5	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	1	5	4	5	5	5	104	
186	Inara	2	5	4	5	5	4	5	4	2	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	5	99	
187	Biya	5	4	5	5	3	4	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	5	3	5	109	
188	Netti	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	98	
189	nur indah	5	4	5	5	5	5	4	5	2	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	109	
190	octere	4	5	4	5	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	102	
191	Odi	4	4	5	5	4	3	5	3	3	4	3	5	4	3	5	5	5	5	5	3	1	1	4	3	3	95	
192	Alfiyyah	5	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	3	3	2	5	4	5	102	
193	F	4	5	5	5	5	5	5	1	1	1	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	105	
194	mega	5	4	5	3	4	5	5	4	2	5	2	5	1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	108	
195	AW	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	5	2	4	97
196	Fii	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	106	
197	Tika	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	111	

198	Putri	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	99		
199	Cecill	5	4	4	5	4	5	5	5	1	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	111		
200	Kurnia	5	5	4	5	4	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	5	3	5	107	
201	moody	3	5	5	5	3	5	5	4	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	1	5	5	5	105	
202	septy	4	5	3	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	5	4	4	4	4	1	3	2	5	4	4	90
203	Salsa	4	5	4	5	3	5	4	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	106
204	Mira	4	5	5	5	3	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	4	108	
205	Yuyun	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	1	3	3	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	98
206	Ratu	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	109
207	DNC	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	4	4	110
208	Iyang	3	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	5	3	4	108
209	Ayana	5	4	5	5	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	102
210	Adisti	4	5	5	4	4	4	5	4	2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	5	5	4	4	103
211	Alfina	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	2	4	3	5	4	4	95
212	T	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	5	2	89
213	Diarta	5	5	5	5	4	4	5	2	2	4	4	3	2	4	5	5	4	4	5	1	5	3	5	5	5	101
214	Ana	5	5	5	5	4	5	5	5	3	1	1	4	1	5	2	5	5	5	1	3	2	3	3	3	3	89
215	Della	5	5	5	4	5	5	4	5	2	5	5	2	5	5	4	5	5	4	5	1	5	4	2	5	5	107
216	Giovani	5	4	5	4	4	4	4	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	4	5	112
217	Icha	5	5	5	5	5	5	5	2	1	4	2	3	4	5	5	5	5	5	4	3	2	3	5	5	5	103
218	Arvi	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	122
219	Wulan	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	122
220	Nad	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	97
221	carmel	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	2	2	1	5	5	5	111
222	Novica	5	5	5	5	4	5	5	5	1	1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	110

223	Ani	3	3	3	5	2	3	4	3	2	4	4	3	2	5	4	2	3	4	5	4	3	2	3	2	5	83
224	Heri	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	2	4	3	4	5	4	4	108
225	Arya	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	110
226	Clm	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	107
227	MA	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	2	5	4	5	108
228	Alvis	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	2	5	4	5	4	5	110
229	Riski Dwi C.	5	4	4	5	4	4	4	5	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	107
230	Bunga A	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	2	5	4	5	4	5	110
231	bia	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	106
232	Yopi	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	5	3	4	97
233	SA	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	2	3	3	5	4	5	110
234	Lintang	4	5	5	4	4	5	5	5	2	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	107
235	Dila Okta	5	5	5	4	5	5	5	5	1	5	5	4	2	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	111
236	Salsa	4	3	4	5	4	4	4	2	2	4	4	4	2	4	5	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	91
237	Alyar	3	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	4	85
238	Areta	4	4	5	4	5	4	5	4	3	2	1	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	94
239	Nu	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	93
240	A	5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	2	3	4	4	4	93
241	Gadis	5	4	4	5	5	4	5	4	2	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	2	5	4	5	4	4	108
242	Tya	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	5	4	5	5	3	4	4	2	3	4	2	4	4	93
243	Ifaa	4	5	5	4	4	5	5	4	1	4	2	4	5	4	5	5	5	4	4	1	2	4	5	2	4	97
244	Ainun	5	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	109
245	Feny	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	1	3	3	3	86
246	Juni	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	110
247	Nana	5	5	5	5	5	4	5	3	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	110

248	Ana	3	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	96	
249	IM	4	4	4	5	3	4	4	3	1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	5	3	4	90	
250	Sartika	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	113	
251	BK	5	4	4	4	2	3	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	5	3	5	97	
252	Sarah	4	4	5	5	4	4	4	2	1	5	2	4	5	5	4	4	5	5	5	2	4	2	4	5	5	99
253	Rika	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	114	
254	Laras	5	5	5	4	4	5	5	3	3	4	2	4	4	4	5	5	4	5	2	4	4	1	4	4	4	99
255	Nabil	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	3	4	105
256	BPN	5	4	5	5	4	4	1	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	3	4	5	4	4	4	5	105
257	Erna	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	88
258	Angga	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	108
259	L	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	112
260	Kenia	4	5	4	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	2	5	4	5	5	5	113
261	Griselda	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	114
262	Tanti	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4	5	4	2	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	109
263	Kurnia	5	4	5	5	4	5	4	4	2	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	2	5	5	4	5	4	111
264	Jessi	4	4	4	5	3	3	4	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	105
265	TASYA	4	5	4	5	1	3	4	1	2	1	2	5	4	4	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4	95
266	Rendi	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	108
267	Irwan	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	112
268	Amanda	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	110
269	Della	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	107
270	Salwa	5	4	5	5	4	3	4	4	1	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	2	3	3	4	3	4	94
271	Thasya	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	109
272	Riani	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3	4	5	5	5	4	4	5	5	3	1	5	4	4	106

298	Pauline	4	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	87	
299	Githa	4	4	3	4	3	3	3	3	1	3	1	2	3	3	3	5	3	3	3	2	3	1	4	3	3	73
300	rs	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	96	
301	Dinda	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	108
302	Dita	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	108
303	FDLA	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	4	2	5	5	4	5	4	111
304	Meri	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	2	5	5	5	5	4	111
305	Dian	4	5	4	5	4	4	5	4	1	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	1	4	4	5	4	5	102
306	Dianing	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	1	5	5	4	5	4	109
307	Aida	4	4	5	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	5	4	4	90
308	Bella	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	103
309	Try	5	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	2	5	5	5	101
310	Chil	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	5	4	4	93
311	Nia	5	5	5	5	4	5	5	3	2	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	2	2	1	5	3	4	96
312	dinda	5	5	5	5	5	5	5	4	1	4	4	2	1	5	5	5	5	5	4	3	2	4	4	3	4	100
313	julia	5	4	5	5	3	2	2	4	3	3	3	2	3	4	5	5	3	3	4	3	3	3	5	3	3	88
314	reminkw	4	5	5	5	4	5	5	1	1	5	4	3	2	5	5	5	4	4	1	3	1	2	1	1	1	82
315	Dila	5	5	5	5	4	5	5	2	2	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	108
316	Nada	5	3	3	5	3	5	5	5	1	3	1	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	5	3	5	100
317	Putr	4	4	5	5	4	5	5	4	2	5	3	4	5	3	4	4	4	4	5	2	2	3	4	4	5	99
318	Nabilla	4	5	3	5	4	5	5	4	1	5	3	4	4	5	4	5	4	5	5	3	4	3	5	5	5	105
319	Rizka	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	5	2	5	5	5	113
320	Ferry	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	73
321	Silvia	5	5	5	5	5	5	5	3	2	1	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	102
322	Prast	5	4	4	5	2	3	4	5	2	4	3	4	2	4	5	5	4	4	5	2	2	3	5	4	5	95

323	I	5	5	5	5	5	5	5	4	1	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	1	4	3	4	4	4	105
324	Kirana	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	91	
325	fatia	5	5	5	5	4	5	5	5	2	4	5	4	5	5	5	5	5	4	1	3	2	5	4	5	108	
326	Akbar	4	4	5	5	3	5	4	5	1	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	110
327	typ	3	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	5	5	102
328	Syh	4	3	4	4	2	3	4	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	3	1	1	2	2	3	3	70
329	Kurnia	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	5	4	4	100
330	Anis	4	5	4	5	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	2	4	4	4	101
331	NANDA	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	87
332	Tiara	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	2	4	5	4	5	5	111
333	AR	5	4	5	5	4	5	5	5	1	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	111
334	DDM	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	122
335	Caca	4	5	4	4	4	4	5	2	1	2	2	2	2	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	91
336	Ilma	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2	2	4	4	5	4	4	4	2	2	3	4	2	4	86
337	Ilham	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	114
338	Fiqih Ilahi	5	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	2	4	5	5	4	5	108
339	NLY	4	5	5	4	4	4	5	4	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	4	4	5	3	4	102
340	PL	3	4	4	5	5	4	5	4	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	101
341	Sindi	4	5	4	5	5	4	5	2	2	2	2	2	2	5	5	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	80
342	M. Alvin	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	111
343	MRND	4	5	5	4	4	5	4	5	2	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	109
344	Skr	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	1	1	1	3	4	4	3	5	2	2	2	1	2	2	2	78
345	Gian	5	5	4	3	4	5	3	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	97
346	VRV	5	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	1	4	5	4	4	5	4	107
347	Sandra	4	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	3	4	5	3	5	4	1	1	4	5	4	4	5	101

348	WSR	4	4	5	4	5	4	5	4	2	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	102	
349	Sucibil	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	97	
350	TR	5	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	101	
351	EPZ	5	5	4	5	5	5	5	3	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	3	2	4	4	5	4	5	106	
352	Firna	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	124	
353	PWS	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	4	4	5	5	5	5	116	
354	Asep	5	4	3	2	1	5	4	4	5	1	2	4	5	4	3	2	1	5	2	3	4	1	2	3	4	79	
355	D	4	1	3	4	3	5	3	4	1	2	3	3	2	4	4	2	4	4	4	2	3	3	3	2	3	76	
356	Varah	4	5	4	5	4	5	4	4	2	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	110	
357	adesta	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	114	
358	Alika	3	5	4	4	5	4	5	5	2	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	2	4	4	4	3	4	103	
359	MP	4	4	5	4	3	5	5	4	2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	102
360	ZF	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	111	
361	Nilam	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	118	
362	Gufron	5	4	4	4	5	5	5	2	2	1	2	2	2	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	5	4	95	
363	Pia	4	4	5	5	4	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	5	112	
364	SF	5	4	4	4	4	4	4	2	2	1	1	1	1	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	2	65	
365	Bil	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	122	
366	Ori	4	4	5	2	4	5	5	4	2	3	3	3	2	3	3	2	3	4	2	2	2	5	5	4	4	85	
367	Bil	5	5	5	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	114	
368	Vina	5	4	4	5	5	5	5	3	2	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	5	5	5	108	
369	Tyas	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	2	4	5	5	5	112	
370	Rosyid	5	4	2	5	4	5	5	3	1	5	4	5	1	4	5	4	5	5	5	3	1	1	3	5	5	95	
371	BAM	2	2	1	2	1	1	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	1	2	3	1	2	5	82	
372	ra	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	5	5	4	5	4	4	5	4	2	2	5	5	5	4	99	

373	Risky	5	4	5	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	2	2	3	5	4	4	98
374	J	3	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	1	3	5	5	5	5	108
375	Ainun	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	115
376	Alya	5	5	4	4	4	5	5	5	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	5	112
377	Fransisca	4	4	5	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	5	4	4	96
378	Aca	3	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	2	5	3	4	103
379	L	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	2	2	4	4	4	4	104
380	ADS	2	2	2	3	1	4	2	4	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	78
381	Amira	5	4	5	5	5	5	5	1	1	1	1	2	2	5	5	5	5	5	1	1	2	1	5	1	4	82
382	Safa	5	4	4	5	5	5	4	2	3	2	1	2	2	4	4	4	4	5	1	1	2	2	3	1	1	76
383	Baby	5	4	4	5	4	4	4	3	1	2	2	4	5	4	4	4	4	4	5	2	2	2	5	5	5	93
384	Wanda	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	110

25	Roza	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	2	3	5	5	5	4	5	4	4	5	3	5	5	4	2	1	5	3	3	4	2	3	4	5	4	4	5	145	
26	Ismi	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	177
27	Niam	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	3	4	5	5	4	5	3	5	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	162	
28	Angel a	3	5	3	3	5	5	4	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	3	160	
29	Hny	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	2	4	5	5	2	5	5	4	4	4	4	2	4	1	4	2	1	2	139	
30	Arief	2	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	129
31	Karina	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	134
32	Karina	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	130	
33	FM	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	5	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	1	2	3	3	3	2	3	3	2	114	
34	AIK	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	2	2	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	3	4	2	2	134		
35	Ray	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	174	
36	Ela	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	1	1	1	5	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	5	2	3	2	2	126	
37	Andi	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	1	2	2	1	2	115		
38	abbas	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	184	
39	ANR	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3	5	5	5	3	5	5	4	2	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	163	
40	Dm	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	158		
41	tiara	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	1	2	4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	2	2	126	
42	Ayu	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	3	4	5	5	5	5	5	4	3	1	5	5	3	4	1	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	147	
43	Della	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	150	
44	San	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	2	5	5	4	2	2	5	5	2	2	2	4	2	2	2	5	5	5	5	4	4	4	146	
45	Ayes	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	4	5	5	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	158	
46	R	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	134	
47	Regita	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	155
48	Icha	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	162	
49	Aldo	5	5	5	3	5	5	3	3	4	5	3	5	5	5	5	3	4	3	5	5	3	5	3	3	4	2	4	3	2	2	5	4	3	5	5	3	4	146	

98	AIA	3	3	4	4	4	3	2	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	3	1	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	5	3	3	3	127		
99	Natalia	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	165		
100	AFC	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	3	4	5	4	2	161			
101	NBF	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	4	161			
102	Devi	1	2	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	1	2	2	5	4	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	145			
103	Mita	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	1	1	2	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	146			
104	Nurul	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	1	5	1	5	4	5	5	4	5	5	1	4	4	5	5	161			
105	Ayu	1	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	2	5	4	5	5	165		
106	Lukman	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	1	4	5	3	4	2	5	4	4	4	5	5	4	2	1	4	1	2	147		
107	Qilmi	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	1	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	159		
108	Weni	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	2	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	158		
109	Ita	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	2	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	160		
110	NPL	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	5	4	2	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	148	
111	Esmerald	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	2	1	4	4	2	3	4	4	4	3	2	4	2	5	2	4	1	2	133		
112	NKJ	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	152		
113	Mia	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	2	1	4	4	2	4	4	4	4	3	4	5	2	4	4	2	4	4	143		
114	Lilya	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	146
115	Catrina	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	3	3	4	3	5	3	4	5	4	5	4	5	4	3	3	4	161
116	Lynda	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	164		
117	Bahari	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	2	5	5	4	4	4	162		
118	Kanaya	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	168	
119	am	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	162	
120	THE RE	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	5	4	3	3	124		
121	Adela	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	164	

122	Sofia	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	166		
123	Prika	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	2	5	4	4	5	2	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	164		
124	Yaya	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	2	5	4	3	4	2	5	2	4	2	5	4	4	5	4	5	154	
125	Esti	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	164	
126	Intan R	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	5	159	
127	Okta	4	5	4	4	5	1	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	162	
128	Dila	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	2	5	4	3	5	3	5	2	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	143	
129	YM	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	163	
130	CPK	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	162	
131	ZI	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	170	
132	Herlan	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	2	1	4	5	4	4	5	4	5	5	2	4	5	4	4	4	4	154	
133	Wiwit	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	2	5	5	5	5	4	4	2	4	2	4	5	5	155	
134	Reni	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	160	
135	Farid	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	184
136	Dilah	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	184
137	Intan	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	160	
138	MMM	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	1	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	158	
139	Nabila	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	160	
140	Oppie	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	2	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	155	
141	Leni	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	5	4	5	4	162	
142	Kartika	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	161	
143	Messy	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2	5	4	5	169
144	JM	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	2	2	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	158	
145	aurigae	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	2	2	4	3	5	4	4	5	5	2	5	5	4	4	4	4	5	153	

146	Mudhi ah	1	1	1	1	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5	157
147	Mega	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	159
148	atikal	4	4	1	2	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	156	
149	Miran da	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	159	
150	Deva	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	161
151	Ilham	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	135
152	Nabila	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	185
153	Restu	4	4	4	2	4	3	2	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	5	4	3	5	5	3	1	4	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4	126
154	Kei	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	4	5	2	5	5	3	1	4	5	4	4	5	4	5	5	3	5	5	159
155	Sasha	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	178
156	Holly	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	4	5	5	5	2	4	4	5	5	5	5	3	159
157	Tya	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	157
158	Putri A	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	5	3	134
159	Elma	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	142
160	Nabila h	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	1	2	3	5	4	4	5	5	4	1	3	5	4	2	2	2	4	1	2	2	4	3	5	5	4	122
161	ITL	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	3	3	5	5	4	5	2	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	167
162	Shana z	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	3	5	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	168
163	Zara	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	175
164	Ulul	3	4	5	4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	5	153
165	Ara	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	4	5	5	4	5	4	3	2	2	3	4	3	2	3	4	2	4	2	3	3	4	5	3	133
166	Demi	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	3	3	3	5	4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	3	142
167	VI	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	173
168	Husen	4	5	2	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	2	4	3	4	147
169	Eka	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	3	5	3	4	5	5	157

170	Y	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	126
171	R	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	173	
172	Lia	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	4	4	5	4	4	4	2	140		
173	Jingga	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	3	5	5	4	4	2	5	2	5	4	5	4	5	5	2	4	3	160		
174	Febi	3	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	3	2	5	5	3	3	2	5	3	3	3	4	4	5	5	4	2	2	144		
175	Nina	5	5	5	2	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	157			
176	Weni	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	153		
177	Epi	1	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	171		
178	Nurul	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	173	
179	Nova Zee	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	5	4	5	4	134	
180	Dinda	4	3	3	3	5	4	3	5	5	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	3	5	3	4	3	5	4	5	4	4	3	3	142		
181	Rysa	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	170		
182	Ummi k	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	5	4	3	3	5	5	3	4	3	5	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	146		
183	Andha	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	3	2	5	4	5	5	2	5	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	162		
184	Zhy	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	5	5	3	5	2	5	5	1	5	3	5	2	3	2	4	3	5	5	5	5	4	155			
185	Marwah	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	1	4	3	2	2	4	5	1	2	4	141		
186	Inara	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	2	4	5	4	4	2	4	2	4	4	5	5	4	152		
187	Biya	4	5	5	5	5	4	1	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	167			
188	Netti	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	148		
189	nur indah	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	2	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	157			
190	octere	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	2	2	4	5	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	144		
191	Odi	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	3	175		
192	Alfiyah	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	2	3	5	5	3	4	3	4	3	2	3	3	4	5	5	3	3	4	150		
193	F	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	3	5	5	5	4	172		

194	mega	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5	5	1	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	2	3	5	164
195	AW	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	2	4	5	5	4	4	4	2	3	2	2	4	4	4	4	5	2	4	2	2	2	4	4	2	135	
196	Fii	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	2	4	4	5	4	4	4	2	155	
197	Tika	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	4	5	3	172	
198	Putri	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	143
199	Cecill	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	1	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	172
200	Kurni a	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	4	3	5	5	4	5	5	5	3	4	3	5	5	3	2	3	4	3	4	3	5	3	5	5	3	4	3	150	
201	mood y	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	3	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	3	1	5	5	5	5	5	3	5	3	164	
202	septy	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	3	5	4	4	4	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	3	137
203	Salsa	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	5	4	3	4	5	5	3	4	3	4	5	2	4	4	4	4	153	
204	Mira	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	5	3	4	159	
205	Yuyun	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	1	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	158
206	Ratu	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	160	
207	DNC	2	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	161	
208	Iyang	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	176
209	Ayana	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	153	
210	Adisti	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	153	
211	Alfina	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	140	
212	T	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	5	5	3	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	3	4	139	
213	Diarta	4	5	4	3	4	4	2	4	4	4	1	3	4	5	4	4	4	3	3	2	2	5	5	3	4	2	3	2	5	5	3	5	5	5	4	3	4	136	
214	Ana	4	3	4	3	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	1	3	2	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	108	
215	Della	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	2	5	5	5	4	167			
216	Giova ni	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	2	2	5	5	5	164	
217	Icha	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	3	5	5	4	3	3	5	5	3	4	3	4	3	2	3	3	4	5	5	5	3	4	153	

241	Gadis	5	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	1	2	5	4	2	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	153		
242	Tya	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	5	4	4	2	4	5	4	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	133	
243	Ifaa	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	2	5	4	2	4	4	2	2	5	2	4	4	2	4	5	4	2	148		
244	Ainun	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	3	5	4	3	5	5	4	5	4	5	4	5	4	163	
245	Feny	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	5	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	133	
246	Juni	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	162		
247	Nana	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	2	5	3	4	5	4	167		
248	Ana	4	4	3	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	137	
249	IM	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	137	
250	Sartika	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	167	
251	BK	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	152	
252	Sarah	5	4	5	4	5	4	4	2	5	5	1	5	4	4	4	2	5	5	5	2	4	2	5	2	4	1	5	4	2	4	1	2	5	2	1	2	1	1	127	
253	Rika	4	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	163	
254	Laras	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	142	
255	Nabil	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	165
256	BPN	5	4	5	3	4	2	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	161
257	Erna	4	4	4	3	4	4	2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	130	
258	Angga	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	157
259	L	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	2	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	3	2	144	
260	Kenia	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	1	4	5	5	163	
261	Griselda	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	168
262	Tanti	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	2	4	5	4	4	4	5	5	4	4	2	4	4	155	
263	Kurnia	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	4	5	166	
264	Jessi	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	5	1	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	128	

265	TASY A	3	4	5	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	2	4	3	2	1	5	3	5	5	5	4	5	154				
266	Rendi	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	169				
267	Irwan	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	164			
268	Aman da	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	158		
269	Della	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	159			
270	Salwa	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	2	4	3	2	2	3	4	3	4	2	4	3	4	4	3	2	4	139				
271	Thasy a	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	155			
272	Riani	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	2	5	5	5	3	1	3	3	3	1	5	4	3	5	3	5	3	154				
273	Nabila	2	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	156			
274	Nella	2	1	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	159				
275	viscali ta	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	2	3	4	5	5	4	5	5	3	1	3	5	5	5	2	4	5	3	1	1	3	2	5	3	3	2	4	139				
276	Naumi	3	4	4	3	5	4	3	3	3	3	2	2	3	5	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	4	4	4	128		
277	Nda	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	3	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	170		
278	Jasmi ne	3	5	4	3	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	5	5	4	5	5	5	4	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	156			
279	Chusn a	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	5	3	5	5	5	5	1	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	172		
280	Najwa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	146		
281	Bunga	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	148		
282	Dee	3	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	1	5	3	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	1	4	156
283	Shiere n	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	4	5	3	2	2	5	4	4	3	2	4	2	2	2	4	5	5	5	5	3	2	3	145			
284	Eva	5	5	5	3	5	5	3	1	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	169		
285	dan	4	2	4	2	1	4	4	2	2	2	1	4	3	1	1	2	2	1	1	2	4	4	2	3	3	3	4	3	1	3	1	3	3	2	2	4	5	95				
286	Panda	5	3	4	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4	5	5	2	5	5	3	1	1	5	5	2	3	2	4	1	3	1	4	4	4	5	2	3	2	131				
287	Nabill ah	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	5	4	3	5	3	5	5	4	3	3	5	5	5	5	5	4	4	163			

288	ulya	5	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	143	
289	Yrne	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	164
290	Aries	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	181
291	April	5	5	5	3	5	5	4	4	5	4	3	3	5	5	5	4	5	3	5	3	3	5	5	5	5	3	5	4	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	160	
292	Mega	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	2	4	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	165		
293	Nanaz	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	143	
294	Ghina	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	145	
295	Sara	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	5	3	2	3	4	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	5	5	3	3	2	2	2	126		
296	Alvina	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	178
297	Nova	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	2	4	3	2	3	2	4	4	3	2	3	3	4	4	3	2	4	4	4	137	
298	Pauline	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	5	5	3	3	3	4	3	3	4	2	4	5	5	3	4	3	4	3	138			
299	Githa	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	3	3	3	5	3	4	4	3	3	2	3	4	4	2	4	3	3	3	2	1	1	2	4	5	4	3	4	4	4	125			
300	rs	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	137		
301	Dinda	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	3	5	3	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	156		
302	Dita	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	137	
303	FDLA	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	3	165		
304	Meri	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	2	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	162	
305	Dian	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	169	
306	Dianing	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	165	
307	Aida	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	3	5	4	3	3	3	4	2	4	2	4	5	4	5	3	3	2	4	5	3	2	135	
308	Bella	4	5	5	3	5	5	3	4	4	5	2	4	5	5	4	5	5	5	4	3	3	5	5	4	3	2	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	154		
309	Try	3	3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	140		
310	Chil	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	136		
311	Nia	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	5	3	2	2	5	5	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	5	3	1	3	4	4	3	140		
312	dinda	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	5	3	2	5	3	4	3	4	4	3	5	5	5	5	3	4	4	3	160		

313	julia	3	5	5	3	5	5	3	3	3	5	2	2	5	4	3	3	3	3	4	1	3	5	3	1	4	1	4	2	4	1	5	5	3	5	5	4	4	129	
314	remin kw	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	1	1	1	4	1	3	4	3	5	3	5	3	3	2	1	1	4	3	3	138	
315	Dila	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	4	4	5	5	5	2	1	5	5	2	5	5	5	1	162	
316	Nada	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	3	5	3	3	5	5	5	5	3	4	3	4	4	5	5	5	5	169	
317	Putr	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	3	3	3	5	5	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	136
318	Nabilla	4	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	2	3	5	5	3	5	2	5	3	3	2	4	4	5	3	4	4	3	150	
319	Rizka	1	5	5	3	5	5	2	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	4	2	3	4	5	2	3	3	5	4	3	1	4	3	5	5	5	4	3	144	
320	Ferry	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	109
321	Silvia	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	1	5	3	5	3	5	2	5	4	1	4	5	3	2	156	
322	Prast	4	4	4	5	5	4	2	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	2	3	5	5	2	3	2	4	3	2	3	4	3	5	5	4	3	4	141	
323	I	3	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	4	4	4	2	4	4	3	3	4	3	2	3	4	5	5	5	5	3	3	151	
324	Kirana	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	2	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	129	
325	fatia	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	175
326	Akbar	4	5	4	3	3	5	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	3	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	165
327	tvp	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	3	4	144
328	Syh	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	4	4	3	3	2	2	4	3	2	3	2	3	2	2	2	3	4	3	3	2	2	2	109	
329	Kurnia	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	140
330	Anis	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	148
331	NANDA	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	140	
332	Tiara	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	51	
333	AR	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	166		
334	DDM	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	185
335	Caca	2	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	2	1	2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	153	
336	Ilma	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	2	5	2	4	4	2	135

337	Ilham	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	2	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	162	
338	Fiqih Ilahi	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	164
339	NLY	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	152
340	PL	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	165	
341	Sindi	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	1	1	1	4	5	2	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	152	
342	M. Alvin	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	160		
343	MRN D	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	2	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	156	
344	Skr	4	4	3	3	3	4	4	5	3	3	4	4	5	5	4	3	4	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	3	2	2	2	2	105	
345	Gian	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	138		
346	VRY	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	4	3	4	5	5	160			
347	Sandra	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	163		
348	WSR	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	152
349	Sucibi I	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	145	
350	TR	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	140		
351	EPZ	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	3	1	3	5	4	3	3	3	4	5	3	3	4	4	5	5	4	4	3	152			
352	Firna	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	185
353	PWS	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	166
354	Asep	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	4	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	116			
355	D	4	4	2	3	2	4	3	4	2	3	3	5	3	4	2	2	2	3	2	5	2	1	3	4	3	2	2	2	4	2	3	1	3	3	3	1	3	104			
356	Varah	2	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	2	5	4	5	5	4	5	5	5	2	5	2	4	5	5	4	4	5	5	4	158	
357	adesta	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	2	4	5	4	4	5	4	5	2	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	161	
358	Alika	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	2	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	163	
359	MP	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	1	2	4	4	2	3	4	4	4	3	2	4	2	4	2	4	2	4	1	2	134	
360	ZF	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	5	3	5	5	5	5	4	165				

361	Nilam	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	2	5	4	5	5	171			
362	Gufro n	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	1	1	2	5	5	5	5	4	3	4	2	4	2	2	2	1	1	2	3	132
363	Pia	3	3	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	5	3	5	3	3	2	5	3	5	5	5	4	3	156	
364	SF	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	114	
365	Bil	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	1	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	170	
366	Ori	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	100	
367	Bil	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	174	
368	Vina	4	4	4	3	4	3	2	5	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	4	3	3	5	5	3	3	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	2	4	147
369	Tyas	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	1	3	4	4	5	5	5	4	164	
370	Rosyi d	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	1	5	2	5	5	3	2	3	3	4	4	3	4	2	4	1	3	5	5	147
371	BAM	1	1	1	1	5	1	3	4	5	5	5	5	3	5	5	1	1	5	3	1	1	5	5	1	1	1	1	5	1	3	3	2	5	5	1	3	1	105
372	ra	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	2	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	5	5	5	154
373	Risky	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	2	2	4	4	2	2	3	4	3	2	2	4	2	5	4	3	2	3	132
374	J	5	5	5	5	5	5	1	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	169	
375	Ainun	3	1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	175
376	Alya	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	175
377	Fransi sca	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	5	4	3	2	4	4	2	3	3	4	4	2	2	3	4	5	5	3	2	3	134
378	Aca	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	2	3	4	5	5	3	4	4	157
379	L	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	2	147
380	ADS	4	1	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	5	4	3	4	138
381	Amira	5	4	5	5	5	3	5	4	1	4	4	5	5	4	4	5	5	4	1	1	1	1	2	1	3	1	1	2	2	3	1	2	1	1	2	1	2	106
382	Safa	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	110
383	Baby	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	150
384	Wand a	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	5	5	4	3	4	5	4	2	3	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	158	

Lampiran 14 Expert Judgment

LEMBAR EXPERT JUDGEMENT SKALA PSIKOLOGI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hastuti Rifayani, M.Psi., Psikolog

Pekerjaan : Dosen

Instansi : Universitas Sahid Surakarta

No. Telepon : +62 857-0071-2008

Bersedia untuk menjadi penilai skala psikologi dan menyatakan bahwa kualitas skala psikologi tersebut yang terlampir layak untuk dipergunakan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh :

Nama : Haningrum Rossa Zabba (191141053)

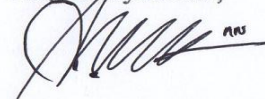
Status : Mahasiswi

Instansi : UIN Raden Mas Said

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 13 Desember 2022

Yang menyatakan,



Hastuti Rifayani, M. Psi., Psikolog.

LEMBAR EXPERT JUDGEMENT SKALA PSIKOLOGI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anniez Rachmawati M., M.Psi., Psikolog

Pekerjaan : Dosen

Instansi : Universitas Sahid Surakarta

No. Telepon : +62 878-1286-5833

Bersedia untuk menjadi penilai skala psikologi dan menyatakan bahwa kualitas skala psikologi tersebut yang terlampir layak untuk dipergunakan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh :

Nama : Haningrum Rossa Zabba (191141053)

Status : Mahasiswi

Instansi : UIN Raden Mas Said

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 13 Desember 2022

Yang menyatakan,



Anniez Rachmawati M., M.Psi.,
Psikolog

LEMBAR EXPERT JUDGEMENT SKALA PSIKOLOGI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayatullah Kutub Hardew, M.Psi., Psikolog

Pekerjaan : Dosen

Instansi : UIN Raden Mas Said Surakarta

No. Telepon : +62 852-7207-9996

Bersedia untuk menjadi penilai skala psikologi dan menyatakan bahwa kualitas skala psikologi tersebut yang terlampir layak untuk dipergunakan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh :

Nama : Haningrum Rossa Zabba (191141053)

Status : Mahasiswi

Instansi : UIN Raden Mas Said

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 13 Desember 2022

Yang menyatakan,



Ayatullah Kutub Hardew, M.Psi., Psikolog

LEMBAR EXPERT JUDGEMENT SKALA PSIKOLOGI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Endah Fajri Arianti, M.Psi., Psikolog

Pekerjaan : Psikolog

Instansi : Nuha Solution

No. Telepon : +62 877-2651-1816

Bersedia untuk menjadi penilai skala psikologi dan menyatakan bahwa kualitas skala psikologi tersebut yang terlampir layak untuk dipergunakan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh :

Nama : Haningrum Rossa Zabba (191141053)

Status : Mahasiswi

Instansi : UIN Raden Mas Said

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 16 November 2022

Yang menyatakan,



Endah Fajri Arianti, M.Psi., Psikolog

LEMBAR EXPERT JUDGEMENT SKALA PSIKOLOGI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Gadis Deslinda, M. Psi., Psikolog

Pekerjaan : Dosen

Instansi : UIN Raden Mas Said

No. Telepon : +62 815-4854-5018

Bersedia untuk menjadi penilai skala psikologi dan menyatakan bahwa kualitas skala psikologi tersebut yang terlampir layak untuk dipergunakan dalam penelitian yang akan dilakukan oleh:

Nama : Haningrum Rossa Zabba (191141053)

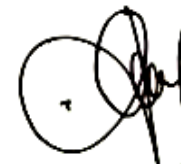
Status : Mahasiswi

Instansi : UIN Raden Mas Said

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.


Surakarta, 16 November 2022

Yang menyatakan,



Dr. Gadis Deslinda, M. Psi., Psikolog


Lampiran 15 Beberapa Profil Instagram Nano Beauty Influencer



434 **2.711** **1.319**
Postingan Pengikut Mengikuti

Beauty Reviewer
Kesehatan/Kecantikan
umi of three; **beauty-lifestyle**; NORMAL TO DRY SKIN
PR/collab kindly DM
#StatesTroops... selengkapnya
Lihat terjemahan

241 lainnya



170 **2.311** **4.108**
Postingan Pengikut Mengikuti

Beauty Reviewer & Live Streamer
Kreator digital
♡ Kombinasi Berminyak, Acne Prone, Sensitif
♡ Medium with Neutral Undertone
♡ DM for PR/Collab
Lihat terjemahan

241 lainnya



145
Postingan

2.030
Pengikut

815
Mengikuti

'00s • ID 🇮🇩

—• *Oily skin* ✦ *Medium skin tone* ✦ *Warm undertone*
—• *For more info co...* selengkapnya

Lihat terjemahan

[ms](#)



146
Postingan

2.292
Pengikut

1.186
Mengikuti

Kreator digital

🇮🇩 Beauty Reviewer

فا شاء الله

Comby to oily | Fair skin 🌸

📩 **Kindly DM for Partnership**


Lihat terjemahan

[ms](#)



564 **5.361** **1.663**
 Postingan Pengikut Mengikuti

Blog pribadi
 ✨ 27K TikTok [redacted] ✨
 anti aging warrior ⚡
 💕 FD/SOCO/Picky: [redacted]
 💕 disc 25k SOC... selengkapnya
Lihat terjemahan
 🔗 des [redacted]
 Jakarta, Indonesia



386 **10RB** **1.867**
 Postingan Pengikut Mengikuti

Prilly Rana
 Kreator digital
 💕 Beauty Content Creator 🇮🇩
 📧 Kindly DM/Email for Paid Partnership
 ✨ Part of... selengkapnya
Lihat terjemahan
 🔗 gopicky.com/[redacted]

