

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil Promosi dan dampak Kualitas Layanan dalam Keputusan Pembelian, Anda dapat mengekstrak kesimpulan berikut.

1. Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Matahari Department Store Lombok Epicentrum Mall Mataram.
2. Kualitas layanan mempengaruhi keputusan pembelian dengan Sun Department Store Lombok Epicentrum Mall Mataram.
3. Promosi dan kualitas layanan Sun Department Store Lombok Epicentrum Mall Mall mempengaruhi keputusan pembelian di Mataram.
4. Dampak promosi dan pengaruh kualitas layanan dipengaruhi oleh 52,9% dari keputusan pembelian di Gudang Departemen Matahari, Lombok Epicentrum Mall Mataram. 47,1% dari variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya, harga, citra merek, kualitas produk, dll.

5.2 Saran

Atas dasar kesimpulan sebelumnya, proposal dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hendaknya Pengelola Matahari Department Store Lombok Epicentrum Mall Mataram, bisa menciptakan suasana toko yang nyaman dan menyenangkan sehingga konsumen merasakan emosi

yang positif ketika dan setelah mereka berbelanja di Matahari.

2. Hendaknya pengelola Matahari Department Store Lombok Epicentrum Mall Mataram lebih meningkatkan Promosi agar *customer* lebih tertarik lagi untuk belanja di Matahari.
3. Untuk peneliti selanjutnya, Penelitian ini dapat dilakukan kembali dengan melakukan uji beda terhadap perusahaan pesaing yang beroperasi dengan cara yang sama yaitu bisnis penjualan pakaian



DAFTAR PUSTAKA

1. Buku

- Sugiyono. 2014. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung:Alfabeta CV.
- Tanama, Budi Rahayu. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar:Nulus Swasta.
- Mulyawan, Rahman. 2016. *Birorkrasi Dan Pelayanan Publik*. Unpad Press
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

2. Jurnal

- Sari, Citra Puspita. dkk. 2020. “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk (studi kasus pada industri tahu dadi jaya di boyolali 2020)” dalam *jurnal IMA* vol 8, Nomor 2.
- Aflili, Herid Apner. Dkk. 2015. “Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Menabung Nasabah” Dalam *Jurnal Emba* Vol 6, Nomor 4
- Konli, Steven. 2014. “Pelayanan Kesehatan Masyarakat Di Puskesmas Desa Gunawan Kecamatan Sesayap Kabupaten Tana Tidung” dalam *jurnal ilmu pemerintahan*. Vol 2, Nomor 1.
- Liliani, Priska. 2020. “Analisis Pengaruh Makanan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Behavioral Intention Restoran Top Yammie” dalam *Jurnal Bina Manajemen* Vol 8, Nomor 2 (Halaman 18-48).
- Susilo, Heri. dkk. 2018 “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Berkunjung Sebagai Variabel Intervening Di Hotel Amanda Hills Bandung”. Dalam *Jurnal Of Manajemen*. Vol 4, Nomor 4.

- Kodu, Sarini. 2013. “Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza” dalam *Jurnal EMBA* Vol 1, Nomo 3 (Halaman 1251-1259).
- Soenawan, Alfredo Dwitama. 2014. “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pemblian Konsumen D’supid Baker Spazio Graha Family Surabaya”.
- Sanjaya, Surya. 2015. “ Pengaruh Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Sinar Sosro Medan. Dalam Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis. Vol 16, Nomor 02.

3. Skripsi

- Irawan, Dani Putra. 2014. “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Konsumen Matahari Department Store Yogyakarta” Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
- Ratnaningrum, Hesti. 2016. “Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite Di Kota Yogyakarta” Skripsi. Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Iqbal, Muhammad. 2019. “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Transportasi Online Grabbike (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)” Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Nasution, Zahraini Ulfa. 2019. “Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Reseller Im Parfum Kota Medan”. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.

Suari, Gusti Ayu Made Sri. 2019. *Pengaruh Keberhasilan Diri, Toleransi Akan Resiko, dan Kebebasan Dalam Bekerja Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata UNHI*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia.

Utami, Made Ayu Pratiwi. 2017. *Pengaruh Motivasi Internal dan Motivasi Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Jurusan Akutansi Non Reguler*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana Denpasar.





LAMPIRAN LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Bapak/ibu/sdr/i

Konsumen di Matahari Department Store Lombok Epicentrum Mall Mataram

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eki Citra Nirmala

NIM : 217120187

Prodi : Ilmu Administrasi Bisnis

Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram yang sedang menyusun skripsi dengan judul **“PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Kasus Pada Matahari Department Store Lombok Epicentrum Mall Mataram).”** Dalam penyusunan skripsi ini saya mohon bantuan bapak/ibu/sdr/i untuk menjawab pernyataan-pernyataan kuisisioner berikut ini.

Kesungguhan Bapak/Ibu/Sdr/i dalam mengisi setiap butir pernyataan-pernyataan akan sangat menentukan keberhasilan penelitian ini juga dapat membantu konsumen pada Matahari Department Store Lombok Epicentrum Mall Mataram dalam upaya meningkatkan pelayanan terhadap konsumen. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu/Sdr/i saya mengucapkan terimakasih.

Mataram,30 April 2021

Peneliti

Eki Citra

Nirmala

PROFIL RESPONDEN

Berilah cek list (✓) untuk setiap jawaban yang menurut anda sesuai dengan diri anda.

1. Nama :
2. Jenis kelamin : Pria Perempuan
3. Usia : 16-20 Tahun 26-30 Tahun
 21-25 Tahun 31-35 Tahun 36-40 Tahun
4. Pendidikan : SMP MAHASISWA D3
 SMA S1

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon bapak/Ibu membaca setiap butir pernyataan dengan cermat.
2. Bapak/Ibu tinggal beri check list (✓) pada kolom yang sesuai dengan pilihan
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan dipilih salah satu alternatif jawaban
4. Semua pernyataan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satupun yang terlewat.

B. Keterangan Jawaban

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. S : Setuju

4. SS : Sangat Setuju

Kuesioner Variabel Promosi (X_1)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Promosi yang dilakukan di toko Matahari Store Mataram sangat dikenal oleh konsumen di pulau Lombok.				
2.	Kualitas pelayanan promosi yang dilakukan sangat baik melalui social medial seperti Instagram, Websit, dsb sehingga konsumen menjadi tertarik untuk melihat produk.				
3.	Kuantitas penayangan iklan diinstagram yang dilakukan di toko Matahari Department Store Mataram sangat membantu konsumen.				
4.	Matahari Department Store Mataram memberiinformasi yang jelas mengenai adanya potongan harga				
5.	Matahari Department Store Mataram meberikan potongan harga dan harga promosi pada waktu tertentu				

Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Kesiapan karyawan Matahari Department Store Mataram dalam melayani pelanggan				
2.	Kemauan untuk membantu pelanggan				
3.	Cepat merespon pelanggan yang datang				
4.	Karyawan memberi informasi yang jelas dan mudah di mengerti oleh pelanggan				
5.	Adanya skill tersendiri dari karyawan Matahari Department Store Mataram dalam melayani pelanggan				

Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya membeli produk Matahari Department Store Mataram karena adanya kebutuhan				
2.	Saya membeli produk di Matahari Department Store Mataram sesuai dengan keinginan karena harga dan kualitas barang bagus				
3.	Kualitas produk sangat baik di bandingkan dengan yang lain				
4	Saya memutuskan untuk membeli produk Matahari Department Store Mataram setelah membandingkan dengan toko lain				
5	Informasi yang di berikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membeli produk				

LAMPIRAN DATA SPSS

CORRELATIONS PROMOSI (X1)

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1 Pearson Correlation	1	.625**	.359*	.236	.241	.770**
Sig. (2-tailed)		.000	.010	.099	.092	.000
N	50	50	50	50	50	50
X1.2 Pearson Correlation	.625**	1	.346*	-.013	.080	.636**
Sig. (2-tailed)	.000		.014	.930	.583	.000
N	50	50	50	50	50	50
X1.3 Pearson Correlation	.359*	.346*	1	.513**	.266	.739**
Sig. (2-tailed)	.010	.014		.000	.062	.000
N	50	50	50	50	50	50
X1.4 Pearson Correlation	.236	-.013	.513**	1	.510**	.623**
Sig. (2-tailed)	.099	.930	.000		.000	.000
N	50	50	50	50	50	50
X1.5 Pearson Correlation	.241	.080	.266	.510**	1	.588**
Sig. (2-tailed)	.092	.583	.062	.000		.000
N	50	50	50	50	50	50
Total_X1 Pearson Correlation	.770**	.636**	.739**	.623**	.588**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	50	50	50	50	50	50

CORRELATIONS KUALITAS PELAYANAN (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1 Pearson Correlation	1	.344*	.344*	.329*	.341*	.755**
Sig. (2-tailed)		.014	.014	.019	.015	.000
N	50	50	50	50	50	50
X2.2 Pearson Correlation	.344*	1	.479**	.692**	.100	.623**
Sig. (2-tailed)	.014		.000	.000	.490	.000
N	50	50	50	50	50	50
X2.3 Pearson Correlation	.344*	.479**	1	.316*	.327*	.623**
Sig. (2-tailed)	.014	.000		.025	.020	.000
N	50	50	50	50	50	50
X2.4 Pearson Correlation	.329*	.692**	.316*	1	.309*	.695**

Sig. (2-tailed)	.019	.000	.025		.029	.000
N	50	50	50	50	50	50



X2.5	Pearson Correlation	.341*	.100	.327*	.309*	1	.708**
	Sig. (2-tailed)	.015	.490	.020	.029		.000
	N	50	50	50	50	50	50
Total_X2	Pearson Correlation	.755**	.623**	.623**	.695**	.708**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

CORRELATIONS KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y	
Y.1	Pearson Correlation	1	.364**	.695**	.393**	.408**	.833**
	Sig. (2-tailed)		.009	.000	.005	.003	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.2	Pearson Correlation	.364**	1	.202	.572**	.468**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.009		.159	.000	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.3	Pearson Correlation	.695**	.202	1	.497**	.197	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.159		.000	.170	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.4	Pearson Correlation	.393**	.572**	.497**	1	.438**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000		.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Y.5	Pearson Correlation	.408**	.468**	.197	.438**	1	.669**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.170	.001		.000
	N	50	50	50	50	50	50
Total_Y	Pearson Correlation	.833**	.659**	.749**	.737**	.669**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

RELIABILITY PROMOSI (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.699	5

RELIABILITY KUALITAS PELAYANAN (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.668	5

RELIABILITY KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items



JAWABAN RESPONDEN TENTANG ROMOSI (X1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	32	64.0	64.0	64.0
	SS	18	36.0	36.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	41	82.0	82.0	82.0
	SS	9	18.0	18.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	38	76.0	76.0	76.0
	SS	12	24.0	24.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	44	88.0	88.0	88.0
	SS	6	12.0	12.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	42	84.0	84.0	84.0
	SS	8	16.0	16.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

JAWABAN RESPONDEN TENTANG KUALITAS PELAYANAN (X2)

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	37	74.0	74.0	74.0
	SS	13	26.0	26.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	48	96.0	96.0	96.0
	SS	2	4.0	4.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	48	96.0	96.0	96.0
	SS	2	4.0	4.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	46	92.0	92.0	92.0
	SS	4	8.0	8.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	36	72.0	72.0	72.0
	SS	14	28.0	28.0	100.0

Total	50	100.0	100.0	
-------	----	-------	-------	--



JAWABAN RESPONDEN TENTANG KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	32	64.0	64.0	64.0
	SS	18	36.0	36.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	44	88.0	88.0	88.0
	SS	6	12.0	12.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	37	74.0	74.0	74.0
	SS	13	26.0	26.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	46	92.0	92.0	92.0
	SS	4	8.0	8.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	41	82.0	82.0	82.0
	SS	9	18.0	18.0	100.0

Total	50	100.0	100.0
-------	----	-------	-------



LAMPIRAN R TABEL

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% Dan 1%					
N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

LAMPIRAN T TABEL

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 - 80)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41		0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42		0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43		0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44		0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45		0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46		0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47		0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48		0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49		0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50		0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51		0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52		0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53		0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54		0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55		0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56		0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57		0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58		0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59		0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60		0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61		0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62		0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63		0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64		0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65		0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66		0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67		0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68		0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69		0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70		0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71		0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72		0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73		0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74		0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75		0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76		0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77		0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78		0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79		0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80		0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

LAMPIRAN F TABEL

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78