

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor budaya tidak berpengaruh terhadap kepuasan pembelian asuransi jiwa syariah pada AJB (Asuransi Jiwa Bersama) Bumiputera 1912 Syariah. Nilai t_{hitung} $1,382 < t_{tabel} 2.02269$. Maka berdasarkan hipotesis Ho diterima dan Ha ditolak.
2. Faktor sosial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pembelian asuransi jiwa syariah pada AJB (Asuransi Jiwa Bersama) Bumiputera 1912 Syariah. Nilai t_{hitung} $-0,269 < t_{tabel} 2.02269$. Maka berdasarkan hipotesis Ho diterima dan Ha ditolak.
3. Faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pembelian asuransi jiwa syariah pada AJB (Asuransi Jiwa Bersama) Bumiputera 1912 Syariah. Nilai t_{hitung} $-0,730 < t_{tabel} 2.02269$. Maka berdasarkan hipotesis Ho diterima dan Ha ditolak.
4. Faktor psikologi berpengaruh terhadap kepuasan pembelian asuransi jiwa syariah pada AJB (Asuransi Jiwa Bersama) Bumiputera 1912 Syariah. Nilai t_{hitung} $3,112 > t_{tabel} 2.02269$. Maka berdasarkan hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima.

Berdasarkan hipotesis uji t pada tabel koefiesien dapat dilihat total faktor psikologi adalah sebesar 3,112 dengan taraf signifikansi 0.003 maka dapat

disimpulkan bahwa faktor psikologi adalah faktor dominan yang berpengaruh dimana faktor ini memiliki sub indikator motivasi, persepsi, proses belajar dan kepercayaan dalam pembelian asuransi jiwa pada AJB Bumiputera 1912 Syariah.

5.2 Saran

Tujuan diadakan penelitian ini untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh perilaku konsumen (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi) yang dirasakan oleh nasabah dari keputusan pembelian asuransi jiwa. Berdasarkan hasil penelitian, ada beberapa saran yang dapat dikemukakan sebagai bahan masukan yang bermanfaat untuk AJB (Asuransi Jiwa Bersama) Bumiputera 1912 Syariah Cabang Mataram:

1. Dengan mengetahui perilaku konsumen dari nasabah yang telah memiliki asuransi jiwa perusahaan dapat membuat strategi pemasaran yang akan dilakukan dalam waktu ke depan.
2. Dalam pemasarannya perusahaan dapat menjadikan perilaku konsumen sebagai peningkatan prestasi dalam menghadapi persaingan global dengan merekrut masyarakat untuk berasuransi sekaligus menjadikan mereka sebagai agen perusahaan.
3. Setiap karyawan dan pemimpin hendaknya menyikapi perilaku dan pendapat para nasabahnya dengan respon yang positif sehingga tidak membuat sesuatu yang menghambat pembelian asuransi pada AJB

(Asuransi Jiwa Bersama) Bumiputera 1912 Syariah.

4. Perusahaan agar terus meningkatkan keterampilan para agennya melalui pelatihan-pelatihan, sehingga nasabahnya mendapatkan kepuasan atas produk yang dimiliki.
5. Para agen atau mitra kerja agar terus menjaga silaturahmi dengan nasabahnya melalui komunikasi, sehingga kewajiban nasabah membayar premi dapat dilakukan sampai dengan habis kontrak.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Setiadi, Nugroho J. (2000: 9). *pengertian faktor budaya*, perilaku konsumen edisi ketiga. Jakarta: Prenadamedia Group.

Setiadi, Nugroho J. (2000: 9-10). *pengertian faktor sosial*, perilaku konsumen edisi ketiga. Jakarta: Prenadamedia Group.

Setiadi, Nugroho J. (2000: 10-11). *pengertian faktor pribadi*, perilaku konsumen edisi ketiga. Jakarta: Prenadamedia Group.

Setiadi, Nugroho J. (2000: 11-12). *pengertian faktor psikologi*, perilaku konsumen edisi ketiga. Jakarta: Prenadamedia Group.

Setiadi, Nugroho J. (2000: 323). *pengertian keputusan konsumen*, perilaku konsumen edisi ketiga. Jakarta: Prenadamedia Group.

Jurnal :

Ali, Hasan, (2004), *Asuransi Dalam Perspektif Hukum Islam Suatu Tinjauan Analisis Historis Teoritis & Praktis*, Prenada Media, Jakarta.

Amalia, Amira, *analisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi nasabah terhadap pegadaian syariah studi pada pegadaian syariah cabang cinere*, skripsi S1, Fakultas ekonomi dan bisnis, jurusan manajemen, UIN Jakarta.

AJB Bumiputra 1912 Kantor Cibubur, *Brosur-Brosur Produk Asuransi Jiwa Perorangan*,

Aprilia, (2017), *analisis faktor yang mempengaruhi prilaku pembelian online pada mahasiswa jogjakarta*, skripsi

Dara, J. R, (2019), Banyak Orang yang Berkunjung ke AJB Bumiputra 1912. (A. M. Saputra, Interviewer)

Darmawi, Herman, (2001), *Manajemen Asuransi* , Bumi Aksara, Jakarta

Galloway, (1998), *Pengertian Pembelian*, Filanrizki, Jakarta

Ghozali. (2005). Koefisien Determinasi. *Variasi Variabel Bebas* , 3-4.

Hakim, Abdul, (2002), *Statistik induktif untuk ekonomi dan bisnis*, Penerbit Ekonesia, Yogyakarta.

Haniyah, *Hubungan Minta Pasca pengguna Jasa PT. BMI cabang Slipi Kualitas dan Kepuasan.nya*, (Skripsi S1, Fakultas Syariah dan Hukum, Jurusan Perbankan Syariah, UIN Jakarta).

Irianto, (2004), *Statistik Konsep dan Aplikasinya*, , Kencana Jakarta.

Jakarta: (AJB Bumiputra 1912 Kantor Cibubur, 2014)

Jugiyanto, (2008), *Metode Penelitian Sistem Informasi*, CV Anda, Yogayakarta

Kuncoro, Mudrajat, (2009), *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Erlangga, Jogjakarta

- Kotler. (2000). Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen. *Medium.com*.
- Kotler,P dan Keller Land Kevin, (2008), *Manajemen Pemasaran*, Indonesia, PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Lathif, Azharuddin, (2012), *Hukum Perjanjian Asuransi Syariah*, Jakarta.
- Narimawati, U. (2008). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Indonesia.
- Nasrul, A. M. (2014). Pengaruh Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Jiwa. *Contoh Skripsi Tentang Asuransi*.
- Setiadi, Nugroho J, (2003), *Perilaku Konsumen dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Kencana, Jakarta.
- Priyatno dan Duwi, (2013), *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate dengan SPSS*, Gava Media, Cetakan, I, Yogyakarta.
- Riski, (2013), *analisa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian sepatu merk Gosh*, Skripsi
- Rocheati dan Ety, (2007), *Metodelogi Penelitian Bisnis: Dengan Aplikasi SPSS*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Rosyidin, *Hubungan Bantuan Langsung Tunai (BLT) dengan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim*, (Skripsi S1 Fakultas Syariah dan Hukum , Universitas Islam Negeri Jakarta).

Sevilla, Consuelo G, (1993) *Pengantar Metode Penelitian*, Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.

Siregar dan Sofyan, (2010), *Statistika Deskriptif untuk Penelitian dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, Rajawali Pers, Jakarta.

Slovin (1960), Menentukan ukuran sample dari populasi. *Arista Milka Nasrul*.

Schiffman.Kanuk (1987), pengertian prilaku konsumen, Aprilia.

Subekti, (2001), *Pengertian Asuransi*, Nasrul, Cibubur.

Sugiyono, (2004), *Metode Penelitian Bisnis*, CV.Alfabet, Bandung.

Sugiyono,(2009) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif , Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Sugiyanto, Mikael, (2010), *3 Seri Belajar Cepat SPSS*, Penerbit Andi, Semarang.

Sugiyono. (2015). *Penelitian Berdasarkan Data Primer dan Sekunder*.

Suharso, Puguh, (2009), *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Bisnis : Pendekatan Filosofi dan Praktis*, Indeks, Jakarta.

Suryani,Tatik, (2008), *Perilaku Konsumen Implikasi pada Stategi Pemasaran, Graha Ilmu*, Yogyakarta.

Sula,S.M, (2004), *Asuransi Syariah "Life and General Konsep dan Sistem Operasional"*, Gema Insani, Jakarta.

Wawancara pribadi dengan Taslimin kepala cabang AJB Bumiputera 1912
Syariah , 6 Maret 2014

Zainuddin, (2008), *Hukum Asuransi Syariah*, Sinar Grafika, Jakarta.

Internet / Web :

Brown. 2001. *Pengertian Pembelian*. Dalam <http://kompasiana.com>.

Diakses pada 19 Juni 2016

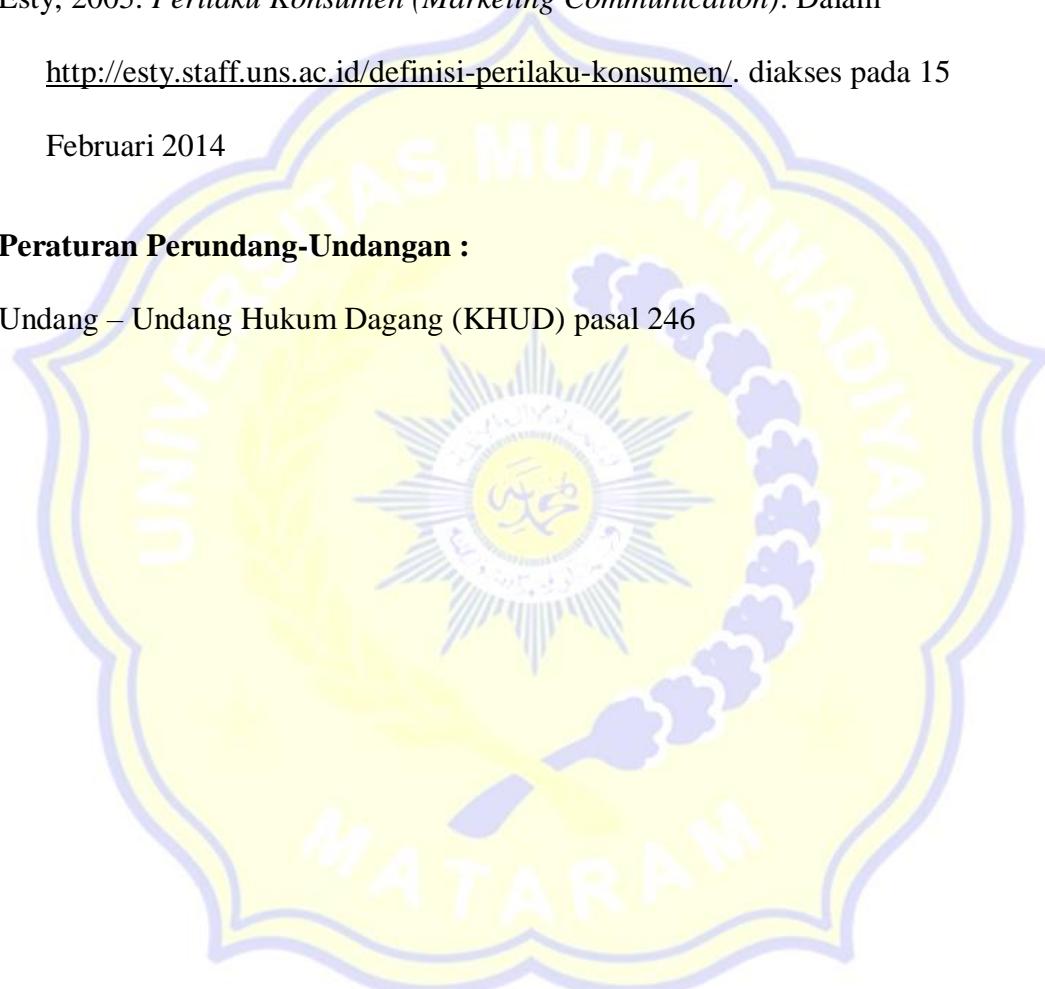
Esty, 2005. *Perilaku Konsumen (Marketing Communication)*. Dalam

<http://esty.staff.uns.ac.id/definisi-perilaku-konsumen/>. diakses pada 15

Februari 2014

Peraturan Perundang-Undangan :

Undang – Undang Hukum Dagang (KHUD) pasal 246



LAMPIRAN-LAMPIRAN

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : _____

Usia : _____

Jenis Kelamin : _____

Pekerjaan : _____

DAFTAR KUESIONER

Mohon untuk memberikan tanda (V) pada setiap pertanyaan yang Anda pilih

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

NO	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
A. FAKTOR BUDAYA (X1)						
1	Menurut kepercayaan yang saya anut diperbolehkan untuk berasuransi					
2	Saya menjadi nasabah di asuransi jiwa AJB Bumiputera Syariah karena mudah dikunjungi					
3	Saya ingin menjadi nasabah karena ingin menunjukkan kelas sosial saya					
B. FAKTOR SOSIAL (X2)						
1	Saya menjadi nasabah di AJB Bumiputera Syariah karena adanya pengaruh dari lingkungan tempat tinggal saya					
2	Saya menjadi nasabah di AJB Bumiputera Syariah karena adanya pengalaman dari anggota keluarga					
3	Saya menjadi nasabah di AJB Bumiputera Syariah karena dapat meningkatkan status sosial di masyarakat sekitar					
C. FAKTOR PRIBADI (X3)						
1	Saya menjadi nasabah di AJB Bumiputera Syariah karena sesuai dengan usia saya					
2	Saya menjadi nasabah di AJB Bumiputera Syariah karena sesuai dengan pekerjaan					

	dan penghasilan saya				
3	Saya menjadi nasabah di AJB Bumiputera Syariah karena sesuai dengan gaya hidup saat ini				

D. FAKTOR PSIKOLOGI (X4)

1	Saya termotivasi menjadi nasabah AJB Bumiputera Syariah demi tercapainya tujuan hidup saya				
2	Saya berasuransi karena adanya persepsi atas manfaat yang diberikan oleh AJB Bumiputera Syariah				
3	Karena adanya pemahaman atau pembelajaran atas fasilitas dan manfaat yang diberikan oleh AJB Bumiputera Syariah				
4	Saya memiliki rasa percaya diri untuk berasuransi pada AJB Bumiputera Syariah				

E. KEPUTUSAN PEMBELIAN ASURANSI JIWA SYARIAH (Y)

1	Sebelum berasuransi saya menyadari kebutuhan saya, hingga saya menjadi nasabah asuransi jiwa di AJB Bumiputera Syariah				
2	Saya mencari informasi mengenai asuransi sebelum saya mengambil keputusan menjadi nasabah asuransi jiwa syariah di AJB Bumiputera Syariah				
3	Ada beberapa pilihan asuransi sejenis lainnya, namun saya memutuskan untuk menjadi nasabah asuransi jiwa syariah di AJB Bumiputera Syariah				
4	Saya melakukan evaluasi sejenis lainnya, ternyata asuransi jiwa syariah pada AJB Bumiputera Syariah yang paling saya suka				
5	Setelah saya menjadi nasabah asuransi jiwa syariah di AJB Bumiputera Syariah saya membandingkan antara harapan dan kenyataannya, ternyata saya puas				

```

RELIABILITY
/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE.

```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	44	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	44	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.30	.509	44
X1.2	4.11	.618	44
X1.3	4.32	.518	44

```

RELIABILITY
/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE.

```

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	44	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	44	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.853	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.16	.479	44
X2.2	4.05	.526	44
X2.3	4.30	.553	44

```

RELIABILITY
/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3
/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE.

```

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	44	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	44	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.708	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X3.1	4.30	.509	44
X3.2	4.07	.452	44
X3.3	4.14	.510	44

```

RELIABILITY
/VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE.

```

Reliability

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	44	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	44	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X4.1	4.16	.479	44
X4.2	4.00	.778	44
X4.3	3.98	.664	44
X4.4	4.07	.695	44

```

RELIABILITY
/VARIABLES=Y1.1 Y1.2 Y1.3 Y1.4 Y1.5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE.

```

Reliability

[DataSet1]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	44	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	44	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1.1	4.16	.526	44
Y1.2	4.14	.510	44
Y1.3	4.25	.576	44
Y1.4	4.14	.554	44
Y1.5	4.14	.594	44

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4.

```

Regression

[DataSet1]

Variables Entered/Removed ^b			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X2, X3, X1 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587 ^a	.344	.277	1.934

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587 ^a	.344	.277	1.934

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	76.601	4	19.150	5.117	.002 ^a
Residual	145.945	39	3.742		
Total	222.545	43			

a. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.516	3.357		3.133	.003
X1	.559	.404	.337	1.382	.175
X2	-.117	.435	-.070	-.269	.790
X3	-.302	.413	-.155	-.730	.470
X4	.520	.167	.479	3.112	.003

a. Dependent Variable: Y

```

DATASET ACTIVATE DataSet0.
DATASET CLOSE DataSet2.
CORRELATIONS
/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/STATISTICS DESCRIPTIVES
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.30	.509	44
X1.2	4.11	.618	44
X1.3	4.32	.518	44
X1	12.73	1.370	44

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.556**	.693**	.884**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	44	44	44	44
X1.2	Pearson Correlation	.556**	1	.393**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000		.008	.000
	N	44	44	44	44
X1.3	Pearson Correlation	.693**	.393**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008		.000
	N	44	44	44	44
X1	Pearson Correlation	.884**	.806**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	44	44	44	44

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

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/STATISTICS DESCRIPTIVES
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.16	.479	44
X2.2	4.05	.526	44
X2.3	4.30	.553	44
X2	12.50	1.372	44

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.708**	.783**	.936**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	44	44	44	44
X2.2	Pearson Correlation	.708**	1	.512**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	44	44	44	44
X2.3	Pearson Correlation	.783**	.512**	1	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	44	44	44	44
X2	Pearson Correlation	.936**	.837**	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	44	44	44	44

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

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/STATISTICS DESCRIPTIVES
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X3.1	4.30	.509	44
X3.2	4.07	.452	44
X3.3	4.14	.510	44
X3	12.50	1.171	44

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.314*	.468**	.760**
	Sig. (2-tailed)		.038	.001	.000
	N	44	44	44	44
X3.2	Pearson Correlation	.314*	1	.564**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.038		.000	.000
	N	44	44	44	44
X3.3	Pearson Correlation	.468**	.564**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	44	44	44	44
X3	Pearson Correlation	.760**	.768**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	44	44	44	44

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

```

DATASET ACTIVATE DataSet1.
DATASET CLOSE DataSet0.
CORRELATIONS
/VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4 X4
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/STATISTICS DESCRIPTIVES
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

[DataSet1]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X4.1	4.16	.479	44
X4.2	4.00	.778	44
X4.3	3.98	.664	44
X4.4	4.07	.695	44
X4	16.20	2.097	44

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4
X4.1	Pearson Correlation		.187	.085	.176	.383*
	Sig. (2-tailed)		.224	.585	.253	.010
	N	44	44	44	44	44
X4.2	Pearson Correlation	.187		.720**	.817**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.224		.000	.000	.000
	N	44	44	44	44	44
X4.3	Pearson Correlation	.085	.720**		.759**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.585	.000		.000	.000
	N	44	44	44	44	44
X4.4	Pearson Correlation	.176	.817**	.759**		.915**
	Sig. (2-tailed)	.253	.000	.000		.000
	N	44	44	44	44	44
X4	Pearson Correlation	.383*	.913**	.855**	.915**	
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000	
	N	44	44	44	44	44

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.187	.085	.176	.383*
	Sig. (2-tailed)		.224	.585	.253	.010
	N	44	44	44	44	44
X4.2	Pearson Correlation	.187	1	.720**	.817**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.224		.000	.000	.000
	N	44	44	44	44	44
X4.3	Pearson Correlation	.085	.720**	1	.759**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.585	.000		.000	.000
	N	44	44	44	44	44
X4.4	Pearson Correlation	.176	.817**	.759**	1	.915**
	Sig. (2-tailed)	.253	.000	.000		.000
	N	44	44	44	44	44
X4	Pearson Correlation	.383*	.913**	.855**	.915**	1
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000	
	N	44	44	44	44	44

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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



```

CORRELATIONS
/VARIABLES=Y1.1 Y1.2 Y1.3 Y1.4 Y1.5 Y
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/STATISTICS DESCRIPTIVES
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

[DataSet1]

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Y1.1	4.16	.526	44
Y1.2	4.14	.510	44
Y1.3	4.25	.576	44
Y1.4	4.14	.554	44
Y1.5	4.14	.594	44
Y	20.82	2.275	44

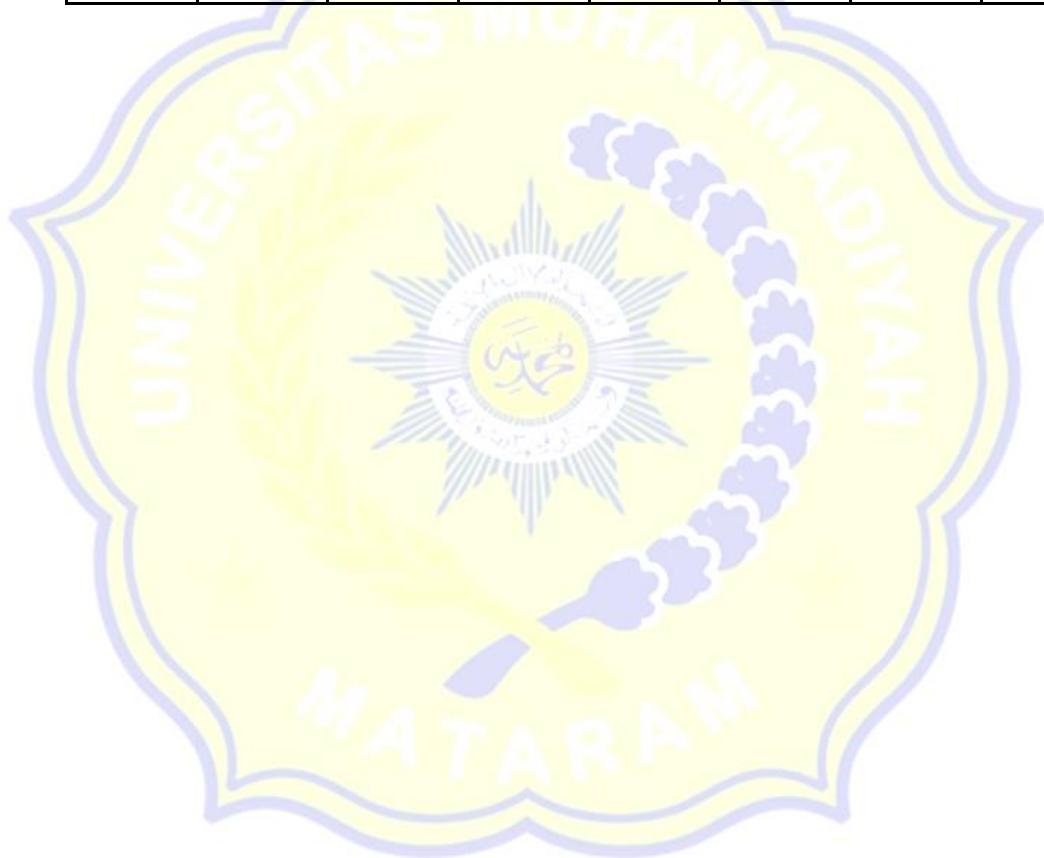
		Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.698**	.557**	.723**	.450**	.822**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.002	.000
	N	44	44	44	44	44	44
Y1.2	Pearson Correlation	.698**	1	.436**	.592**	.474**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000	.001	.000
	N	44	44	44	44	44	44
Y1.3	Pearson Correlation	.557**	.436**	1	.766**	.714**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.000	.000
	N	44	44	44	44	44	44
Y1.4	Pearson Correlation	.723**	.592**	.766**	1	.578**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	44	44	44	44	44	44
Y1.5	Pearson Correlation	.450**	.474**	.714**	.578**	1	.793**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000	.000		.000
	N	44	44	44	44	44	44
Y	Pearson Correlation	.822**	.764**	.852**	.888**	.793**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	44	44	44	44	44	44

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

Tabel T

Pr df	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
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518

31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688



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
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91

44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Tabel r

N	Tarafl Signif		N	Tarafl Signif		N	Tarafl Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,387	0,470	85	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,288
9	0,688	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			



