

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Harga dan Lokasi terhadap keputusan pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- 2) Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- 3) Berdasarkan hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa variabel Harga lebih dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dibandingkan variable Lokasi dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai Fhitung (26,395) > Ftabel (3,20) memberikan kontribusi yang besar terhadap variabel keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini membuktikan bahwa: Semakin baik strategi penetapan Harga Anda, semakin tinggi keputusan pembelian Anda. Oleh karena itu perlu adanya penetapan harga diskon secara berkala dan menerapkan strategi kenaikan harga agar konsumen lebih tertarik untuk membeli produk di UD. Tamara.
- 2) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi berpengaruh

terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa semakin strategis Lokasi maka semakin tinggi keputusan pembelian. Oleh sebab itu, lokasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan dan menarik minat beli konsumen untuk membeli barang dari UD. Tamara.

- 3) Bagi para peneliti yang ingin melakukan penelitian serupa, disarankan untuk meneliti variabel selain Harga dan Lokasi, karena penelitian ini menunjukkan bahwa ada 47,1% faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.



DAFTAR PUSTAKA

- Alawiyah, T. (2019). *Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Toko Ladys Ponorogo)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo). Hal 36-37
- Aulia, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi pada depot Pak Qomar Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4(3). Hal 4.
- Dasar Metodologi Penelitian [Sandu Siyoto](#), [Muhammad Ali Sodik](#) 2015
- Harjanto, D. (2016). Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada CV. Interhouse Design. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 377.
- Hastuti, I. P. (2013). *Pengaruh Harga Gas Elpiji Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Di Agen Putra Pangkep Elpiji Kelurahan Gayam Kecamatan Tanjung Redeb Kabupaten Berau Kalimantan Timur* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta) (Hal 2-4)
- Mudasir, a. S. Pengaruh produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian.
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), 57.
- Nugraha, R. E., Gunawan, I., & Nurlaili, F. (2020). ANALISIS FAKTOR YANG MENJADI KEPUTUSAN PEMBELIAN GAS LPG 3 KG (Studi Kasus pada Kp. Pasar Heubeul, Pandeglang). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(01), 2042-2045.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2) hal 61

- Nuryadin, M. B. (2007). harga dalam Perspektif Islam. *Jurnal Mazahib*, 4(1), 90.
Hal 93
- Pujihastuti, I. (2010). Prinsip penulisan kuesioner penelitian. *CEFARS: Jurnal Agribisnis dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43-56. Hal 44-45
- Purnama, P. J., & SUTOPO, S. (2011). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Murah Di Sukoharjo) (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro). (Hal 14-16)
- Purnomo, E. S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks”. Hal 16-17
- Rahardjo, M. (2011). Metode pengumpulan data penelitian kualitatif. Hal 3
- Rumah, P. P. D. H. L., & Saring, T. D. T. C. (2011). A. Metode Penelitian. Hal 72-73
- Secapramana, L. V. H. (2000). Model dalam strategi penetapan harga. *Unitas*, 9(1), 30-43. Hal 33 dan 34.
- Syahdan, M. (2020). *ANALISIS HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK TANAH NON SUBSIDI PADA UD. NUR BANJARMASIN* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB). (Hal 1-2)
- Walukow, A. L. P., & Mananeke, L. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan Pembelian konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3). (Hal 1)
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal*

EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 3(2).
(Hal 1075)

Mundir. 2015. "Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian". Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Manajemen Pemasaran, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

Rahmat, Ilham. 2018. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat". Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, Medan.

Susanti, Tina. 2012. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Waroeng Spesial Sambal Cabang Tembalang, Semarang)". Skripsi. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Manajmen, Universitas Diponegoro, Semarang.



LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GAS LPG 3 KG

(Studi Kasus Pada Ud.Tamara Di Desa Tegal Maja,Kecamatan Tanjung,Kabupaten Lombok Utara)

Saya Sena Thera Vinayo mahasiswa Universitas Muhammadiyah Mataram. Pada kesempatan ini,saya memohon kesediaan bapak atau ibu atau saudara/saudari untuk menjadi responden penelitian. Penelitian ini untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan. Adapun hasil penelitian ini saya gunakan untuk penyusunan bahan skripsi pada program sarjana Universitas Muhammadiyah Mataram.

Setiap jawaban tidak ada yang benar atau salah,tetapi jawaban yang baik adalah jawaban yang sesuai dengan keadaan anda. Atas kesediaan dan kerjasama anda saya ucapkan banyak terima kasih.

Nama (*Inisial*) :

Berilah tanda (✓) untuk setiap pernyataan ini sesuai data diri anda

jenis kelamin:	usia:	pekerjaan:
() laki-laki	() 17-22 tahun	() pelajar/mahasiswa
() perempuan	() 23-28 tahun	() pegawai negeri
	() 29-34 tahun	() pegawai swasta
	() >35 tahun	() Buruh
		() Pedagang
		() Dll

Keterangan Cara Pengisian :

Berilah tanda (✓) untuk setiap pernyataan ini sesuai kenyataan terhadap keputusan pembelian gas LPG 3 Kg pada UD. Tamara dengan pilihan sebagai berikut :

Penentuan Jawaban Kuesioner

1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Setuju 4. Sangat Setuju

No	PERNYATAAN	PENILAIAN			
		1	2	3	4
Harga (X1)					
1	Mendapatkan barang sesuai dengan harga yang ditetapkan di Ud. Tamara				
2	Harga yang ditetapkan oleh Ud. Tamara dapat dijangkau oleh konsumen				
3	Ud. Tamara memberikan diskon kepada konsumen yang sering membeli produk				
4	Ud. Tamara memberikan potongan harga kepada konsumen yang membeli produk dalam jumlah banyak				
5	Ud. Tamara memberikan jangka pembayaran kepada konsumen yang akan membayar				
Lokasi (X2)					
6	Ud. Tamara memberikan kemudahan akses untuk menuju tempat berbelanja				
7	Ud. Tamara memberikan ketepatan dalam memilih tempat				
8	Ud. Tamara memiliki tempat parkir yang luas dan aman				
9	Ud. Tamara memiliki lingkungan yang bersih dan nyaman				
10	Ud. Tamara Menjalankan peraturan pemerintahan dengan baik				
Keputusan Pembelian (Y)					
11	Keputusan konsumen dalam membeli karena sadar akan kebutuhannya				
12	Keuntungan yang diperoleh setelah membeli produk di Ud. Tamara				
13	Keputusan untuk membeli kembali atau tidak setelah membeli produk di Ud. Tamara				
14	Keputusan konsumen dalam menentukan jumlah produk yang akan dibeli di Ud. Tamara				
15	Keputusan konsumen dalam menentukan waktu pembelian.				

**LAMPIRAN DATA SPSS
CORRELATIONS HARGA (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 LOKASI (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 HARGA (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 LOKASI (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
.772	5

		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	

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

X2.2

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

X2.3

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

X2.4

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

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	36	72.0	72.0	72.0
	SS				
	Total	14	28.0	28.0	100.0
		50	100.0	100.0	

		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	

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

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	

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

LAMPIRAN DOKUMENTASI



