

## V. KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian di atas mengenai pengaruh bukti fisik, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, maka pengguna jasa laundry mahasiswa Purwokerto Universitas Wijayakusuma dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hipotesis pertama bahwa bukti fisik berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,240 > 1,660$ ) dan tingkat signifikansi ( $0,027 < 0,05$ ), **diterima**
2. Hipotesis kedua bahwa persepsi harga berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan **ditolak**, yaitu  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,829 < 1,660$ ) dan tingkat signifikansi ( $0,409 > 0,05$ ). Bisa dikatakan positif signifikan apabila nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dan hasil yang diperoleh dari pengolahan data SPSS bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,829 < 1,660$ ) maka hasilnya adalah persepsi harga berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa *Laundry* pada mahasiswa Universitas Wijayakusuma Purwokerto, **ditolak**.
3. hipotesis ketiga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini terlihat dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4,677 > 1,660$ ) dan tingkat signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ), **diterima**

### B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan serta kesimpulan yang telah diperoleh sehingga implikasi dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penyedia jasa *Laundry* diharapkan dapat menyediakan ruangan yang nyaman dan baik untuk menarik pelanggan agar puas dan dapat menggunakan kembali layanan *Laundry*.
2. Penyedia jasa *Laundry* diharapkan dapat menawarkan harga yang wajar dan kualitas yang tinggi sehingga pengguna jasa *Laundry* mendapatkan manfaat yang mereka terima.

3. Diharapkan pihak penyedia jasa *Laundry* dapat memberikan respon yang lebih baik kepada pelanggannya dan dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan serta membentuk citra positif di benak pengguna jasa *Laundry* dan mereka akan menggunakan kembali *Laundry* tersebut. melayani.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhiyanto, M. (2012). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Balai Latihan Kerja Industri (BLKI) Semarang. Skripsi. Program Studi S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. h: 1-69.* <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n5p203>
- Agyapong, G. K. . (2011). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in the Utility Industry – A Case of Vodafone (Ghana). *International Journal of Business and Management*, 6(5). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n5p203>
- Baihaqi Arif, N.Rachma, Afi Rachmat Slamet. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk,Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kober Mie Setan Soekarno - Hatta Malang.” *Journal Riset Manajemen* Vol 9.
- Caruana, A. (2002). Service loyalty. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 811–828. <https://doi.org/10.1108/03090560210430818>
- Djarwanto, Dan Subagyo Pangestu. 2000. *Statistik Induktif, Edisi 4, Bpfe, Yogyakarta.*
- Fandy, Tjiptono .2005. *strategi pemasaran edisi. 3. Yogyakarta: penerbit Andi.*
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Deponegoro.
- Ghozali.I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Imb Spss Ig.Edisi Kelima.Undip.Semarang.*
- Gujarati, Damodar, 2000, *Ekonometrika Dasar*, Terjemah Sumarno Zein, Erlangga, Jakarta.
- Gunawan, H., Dan J. H. Prasetyo. 2020. “The Influence Of Service Quality Towards The Customer Satisfaction Of Xyz Bank At Gajah Mada Branch Office In West Jakarta.” *International Journal Of Innovative Science And ...* 5(3):160–64.
- Harjati,lily, Dan Venesia Yurike. 2015. “Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala.” *E-Journal Widya Ekonomika* 1(2338–7807):11.

- Hasim, M. A., Manaf, S. A., & Ali, A. M. (2020). Role of price towards customer satisfaction. *European Journal of Molecular and Clinical Medicine*, 7(3), 4179–4190.
- Irfan, Andi Muhammad. 2019. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Yang Diberikan Kenari Waterpark Bontang Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan.” *Al-Infaq: Jurnal Ekonomi Islam* 9(2):82. Doi: 10.32507/Ajei.V9i2.451.
- Jacobus, Vanessa, Dan Strategi Aplikasi. 2019. “Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Hypermarket.” 2(3):175–82.
- Kotler, Dan Keller. 2016. *Marketing Management(15 Th Ed.New Jersey: Pearson Education,Inc., Publishing As Prentice Hall*.
- Kotler, dan philip 2011. *Manajeen pemasaran di indonesia* (edisi 1). Jakarta: Salemba Empat.
- Lolo, P. J. (2020). Study The Effects Of Corporate Image, Service Quality And Price Perceptions On Customer Satisfaction And Purchase Loyalty (A Survey On Pertamina In South Sulawesi Province). *European Journal of Business and Management Research*, 5(2), 1–5. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.2.243>
- Lovelock, Christoper.Wirtz, Jochen.Mussry, Jacky. 2010. *Pemasaran Jasa.Edisi Ketujuh Jilid 1. Erlangga .Jakarta*.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa ( Teori Dan Praktik) Jakarta: Salemba Empat*.
- Matthews, Modiri, Dan Bakae Aubrey Mokoena. 2020. “The Influence Of Service Quality Dimensions On Customer Satisfaction Within Visa Facilitation Centres In South Africa.” *International Journal Of Ebusiness And Egovernment Studies* 12(2):112–25. Doi: 10.34111/Ijebeg.202012203.
- Moenir.Hs. 2002. *Manajemen Pelayanna Umum Di Indonesia. Jakarta:Erlangga*.
- Monroe, K.B.2017. *pricing,making profitable decision.Mc Graw Hill Irwin*.
- Mowen, Jhon, C. Dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen.Jilid Ke2.Jakarta:Erlangga*.
- Naibaho, E. R., A. Fauzi, Dan I. Sadalia. 2020. “The Effect Of Marketing Mix On Satisfaction Of Customer Insurance Products Unit Link (Empirical Study In Pt Aia Financial Branch Phoenix Medan).” *International Journal Of Research ...* 7(February):47–55.

- Nugroho, R., & Japariato, E. (2013). *Pengaruh People, Physical Evidence, Product, Promotion, Place, dan Place terhadap Tingkat Kunjungan di Cave Coffee Cozies Surabaya. Jurnal manajemen Pemasaran Petra Vo 1 No 2 , 1-9.*
- Owusu, Alfred. 2013. *Influences Of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study, European Journal Of Business And Management, Vol.5, No 1.*
- Peter, Paul J., Jerry C. Olson. 2010. *Consumer Behavior & Marketing Strategy. 9 Th Edition. Mc Graw Hill.*
- Prayitno, Teguh Hadi. 2016. "Review Article The Effect Of Price Perception And Convenience Online Shopping Towards." *International Journal Of Recent Advances In Multidisciplinary Research* 03(12):2086–91.
- Prayitno, Teguh Hadi. 2016. "Review Article The Effect Of Price Perception And Convenience Online Shopping Towards." *International Journal Of Recent Advances In Multidisciplinary Research* 03(12):2086–91.
- Priyanto. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi Dan Multivariate Dengan Spss. Penerbit Gava Media, Yogyakarta.*
- Putra, Defit Ilham Purnama. 2019. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening." *Journal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)* Vol 079.No(2337–6078).
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Said, M., Hamzah, D., & Muis, M. (2015). Mplications Of Establishing Location Physical Evidence And Customer Satisfaction Level Of Customer Loyalty In Ritel Modern In Makassar. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 4(8), 107–114.
- Saputro, R. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. (Studi Pada PT. Nusantara Sakti Demak). Semarang. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.* <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n5p203>
- Sari Indah Purnama, Tiara Elsy Medyani. 2018. "Harga Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Upnormal." *Journal Lppmunindra.Ac.Id/Index.Php/Sosio\_Ekons* Vol 10. No(2085–2266).
- Schiffman, Leon, dan Leslie Lazar Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen.* 7th ed. Jakarta: Indeks.

- Selang, Christian A. .. 2013. *Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado.*
- Setianto, Dendi Yulis, Nur Hidayatullah, Dan Ajat Sudrajat. 2020. “Pengaruh People, Process, Dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Konsumen Pt Kereta Commuter Indonesia (Kci).” *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi* 22(2):234–42. Doi: 10.32424/Jeba.V22i2.1598.
- Setyorini, Winarti. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Hotel Mahkota Dipangkalan Bun. Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, 3(1),Pp:167-177.*
- Sugiyono.(2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Administrasi.* Bandung: CV. Alfabet.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif Dan R&D,Alfabeta Bandung.*
- Suliyanto. 2011. *Ekonomika Terapan: Teori& Aplikasi Dengan Spss.Yogyakarta:Cv.Andi Offset.*
- Sunyoto. 2012. *Teori, Kuesioner, Dan Analisis Data Sumber Daya Manusia.Yogyakarta Center For Academic Publishing Service(Caps).*
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.* <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n5p203>
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Perinsip,Penerapan,Dan Penelitian,Andi Offset,Yogyakarta.*
- Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran,Penerbit Andi Yogyakarta.*
- Ueltschy, Linda C., Michael Laroche, Axel Eggert, and U. B. (2007). *Service Quality and Satisfaction: An International Comparison of Professional Service Perceptions. The Journal of Service Marketing, 21(6), pp: 410- 423.* <https://doi.org/10.5539/ijbm.v6n5p203>
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Venesia, Lily Harjati Dan Yurike. 2015. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Maskapai Penerbangan Tiger Air Mandala.” *Journal Widya Ekonomi* Vol 1.No.1(2338–7807).
- Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis, Yogyakarta: Penerbit Andi Yogyakarta.*
- Wariki, Grace, Lisbeth Mananeke, Dan Hendra Tawas. 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):1073–85. Doi: 10.35794/Emba.V3i2.9286.
- Widianti, Ayu, Dan Mudji Sabar. 2019. “The Influences Of Product Quality , Service Quality And Price Perception On Coal Customer Satisfaction Of Pt Sriwijaya Bara Priharum.” *International Journal Of Innovative Science And Research Technology* 4(12):365–72.
- Wijaya, Hartadi. 2018. “Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sepeda Motor Yamahayzf-R25 Dikota Cilegon.” *Journal Industrial Servicess* Vol 4 N0.
- Zahara, Rita. 2020. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis* 3(1):31–38. Doi: 10.36407/Jmsab.V3i1.121.

## Lampiran 1. Daftar pernyataan

Purwokerto, 2021

Kepada :

Yth. Pelanggan pengguna jasa laundry pada mahasiswa Universitas Wijayakusuma  
Purwokerto.

Di Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan penyusunan skripsi, penulis akan melakukan penelitian dengan judul : **“PENGARUH *PHYSICAL EVIDANCE*, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA JASA LAUNDRY PADA MAHASISWA UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA PURWOKERTO”**. Sehubungan dengan hal tersebut perkenankan saya memohon kesediaan saudara untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner yang saya sertakan ini. Jawaban dari pertanyaan tersebut hanya akan digunakan untuk tujuan penelitian ilmiah dan tidak dikomersialkan, sehingga kerahasiaannya akan terjamin sepenuhnya.

Atas perhatian dan bantuan saudara, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

Santi Safitri

1731019337



## Kuisisioner

### I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Fakultas :
3. Umur :
4. Jenis Kelamin :
5. Berapa kali penggunaan :

#### a. Petunjuk Pengisian

Berilah jawaban pernyataan berikut sesuai dengan pendapat anda dengan cara memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia, dengan keterangan :

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

#### A. Kepuasan pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa puas menggunakan jasa <i>laundry</i> langganan saya sesuai dengan yang saya harapkan.					
2	Saya akan menggunakan kembali jasa <i>laundry</i> ditempat biasa saya mencuci pakaian saya.					

3	Saya akan merekomendasikan jasa <i>laundry</i> langganan saya kepada teman, atau orang lain.					
---	--	--	--	--	--	--

### B. *Physical Evidance*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tertarik dengan jasa <i>laundry</i> dimana saya berlangganan dapat memberikan layanan penyetrikaan yang halus dan rapih.					
2	Saya tertarik dengan jasa <i>laundry</i> dimana saya berlangganan memiliki peralatan dan mesin <i>Laundry</i> dalam kondisi baik.					
3	Saya tertarik dengan jasa <i>laundry</i> dimana saya berlangganan dapat memberikan layanan pencucian yang bersih.					

### C. Persepsi Harga

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga jasa cuci pakaian di <i>laundry</i> langganan saya terjangkau					
2	Harga cuci pakaian di <i>laundry</i> langganan saya sesuai dengan kualitas pelayanan					

3	Harga cuci pakaian di <i>laundry</i> langganan saya sesuai dengan kualitas jasa yang didapat.					
---	---	--	--	--	--	--

#### D. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Sarana yang ada di Jasa <i>Laundry</i> langganan saya terlihat baik.					
2	Jasa <i>Laundry</i> langganan saya mampu memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya					
3	Jasa <i>Laundry</i> langganan saya memberikan perhatian yang tulus kepada para pelanggannya					
4	Saya percaya akan kemampuan dan kapasitas layanan yang baik dari Jasa <i>Laundry</i> langganan saya					
5	Jasa <i>Laundry</i> langganan saya tanggap dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.					

**Lampiran 2. Tabulasi hasil penelitian kuesioner 30 responden**

No	Physical Evidance			Jumlah	Persepsi Harga			Jumlah
	1	2	3		1	2	3	
1	4	5	4	13	5	4	5	14
2	5	4	4	13	5	5	5	15
3	3	4	4	11	5	5	5	15
4	1	1	1	3	3	2	2	7
5	3	3	3	9	3	3	2	8
6	3	5	5	13	5	5	5	15
7	5	5	5	15	5	5	5	15
8	4	4	3	11	4	5	4	13
9	4	4	4	12	4	4	4	12
10	4	5	4	13	4	4	4	12
11	3	4	5	12	4	4	3	11
12	4	3	4	11	4	4	4	12
13	3	4	3	10	3	4	3	10
14	3	5	4	12	4	3	4	11
15	5	4	5	14	5	4	4	13
16	3	3	3	9	3	4	4	11
17	3	4	3	10	3	3	3	9
18	4	4	4	12	4	4	4	12
19	2	2	2	6	4	4	4	12
20	5	5	5	15	4	4	4	12
21	4	5	5	14	5	5	5	15
22	4	4	4	12	4	4	5	13
23	3	3	3	9	4	3	4	11
24	4	4	4	12	4	4	4	12
25	4	5	4	13	4	4	5	13
26	3	3	4	10	3	4	3	10
27	4	4	3	11	4	4	4	12
28	3	4	5	12	3	4	4	11
29	4	4	4	12	4	4	4	12
30	2	1	2	5	1	2	2	5

**Lampiran 2. Tabulasi hasil penelitian kuesioner 30 responden**

NO	Kualitas Pelayanan					Jumlah	Kepuasan Pelanggan			Jumlah
	1	2	3	4	5		1	2	3	
1	5	4	5	4	4	22	5	5	5	15
2	4	5	5	5	5	24	5	5	5	15
3	4	4	5	5	4	22	4	5	4	13
4	1	1	2	2	2	8	5	4	1	10
5	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
6	4	5	4	5	4	22	4	4	4	12
7	5	3	4	4	4	20	4	4	5	13
8	3	3	3	5	3	17	4	4	3	11
9	4	4	5	4	5	22	3	3	3	9
10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
11	3	3	4	3	4	17	3	4	4	12
12	5	3	5	5	5	23	4	3	5	12
13	3	4	3	3	3	16	3	3	3	9
14	5	5	5	4	3	22	5	5	4	14
15	4	5	5	5	4	23	5	4	5	14
16	3	4	4	3	4	18	4	4	4	12
17	3	3	3	4	3	16	3	3	3	9
18	4	4	4	3	4	19	4	4	4	12
19	5	5	5	4	5	24	2	4	2	8
20	4	4	4	4	4	20	4	5	5	14
21	5	4	4	5	5	23	5	5	5	15
22	4	5	4	5	5	23	4	5	5	14
23	4	3	3	4	3	17	3	4	4	11
24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
25	3	4	3	4	4	18	4	5	3	12
26	4	5	4	3	4	20	3	4	4	11
27	4	4	3	3	4	18	4	4	3	11
28	3	3	3	3	3	15	4	4	4	12
29	4	4	4	5	4	21	4	4	4	12
30	1	3	2	3	2	11	1	2	2	5

### Lampiran 3. Tabulasi Data Hasil Penelitian Kuisisioner

#### 1. Variabel *Physical Evidance* (X1)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	JUMLAH
1.	4	5	4	13
2.	5	4	4	13
3.	3	4	4	11
4.	1	1	1	3
5.	3	3	3	9
6.	3	5	5	13
7.	5	5	5	15
8.	4	4	3	11
9.	4	4	4	12
10.	4	5	4	13
11.	3	4	5	12
12.	4	4	4	12
13.	3	3	3	9
14.	3	4	4	11
15.	5	5	5	15
16.	3	4	3	10
17.	3	3	3	9
18.	4	4	4	12
19.	2	2	2	6
20.	5	5	5	15
21.	4	5	5	14
22.	4	4	4	12
23.	3	3	3	9
24.	4	4	4	12
25.	4	5	4	13
26.	3	3	4	10
27.	4	4	3	11
28.	3	4	5	12
29.	4	4	4	12
30.	2	1	2	5
31.	4	5	4	13
32.	3	4	4	11
33.	4	5	4	13
34.	5	5	5	15
35.	4	5	4	13
36.	5	5	5	15
37.	4	3	4	11
38.	3	2	2	7
39.	2	5	5	12

40.	5	5	5	15
41.	5	5	5	15
42.	1	4	2	7
43.	3	5	4	12
44.	3	4	4	11
45.	4	5	5	14
46.	4	4	4	12
47.	3	3	4	10
48.	3	3	5	11
49.	3	4	3	10
50.	4	5	4	13
51.	4	4	4	12
52.	4	5	4	13
53.	3	4	4	11
54.	3	4	4	11
55.	3	4	4	11
56.	4	4	4	12
57.	4	4	4	12
58.	3	3	3	9
59.	4	4	4	12
60.	4	4	4	12
61.	3	4	4	11
62.	5	5	5	15
63.	5	5	4	14
64.	2	2	1	5
65.	4	5	5	14
66.	4	5	4	13
67.	3	3	4	10
68.	2	1	1	4
69.	3	5	4	12
70.	4	5	4	13
71.	3	3	4	10
72.	2	3	3	8
73.	4	4	3	11
74.	4	4	4	12
75.	3	3	3	9
76.	4	4	4	12
77.	4	4	4	12
78.	3	3	4	10
79.	3	4	3	10
80.	3	5	4	12
81.	4	4	4	12
82.	3	4	5	12
83.	1	1	1	3

84.	4	4	5	13
85.	3	4	3	10
86.	5	5	3	13
87.	4	4	4	12
88.	2	3	2	7
89.	4	4	5	13
90.	4	3	5	12
91.	4	4	3	11
92.	4	5	3	12
93.	3	4	4	11
94.	3	3	4	10
95.	2	3	3	8
96.	3	3	4	10
97.	3	4	4	11
98.	3	4	4	11
99.	4	4	4	12
100.	3	4	4	11
101.	3	5	5	13
102.	5	5	5	15
Jumlah	356	402	390	1148
Rata-rata	3,490	3,941	3,823	11,254



## 2. Variabel Persepsi Harga (X2)

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	JUMLAH
1	5	4	5	14
2	5	5	5	15
3	5	5	5	5
4	3	2	2	7
5	3	3	2	8
6	5	5	5	15
7	5	5	5	15
8	4	5	4	13
9	4	4	4	12
10	4	4	4	12
11	4	4	3	11
12	4	4	4	12
13	3	4	3	10
14	4	4	4	11
15	5	4	4	13
16	3	4	4	11
17	3	3	3	9
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	4	4	4	12
21	5	5	5	15
22	4	5	5	13
23	4	4	4	11
24	4	4	4	12
25	4	5	5	13
26	3	3	3	10
27	4	4	4	12
28	3	4	4	11
29	4	4	4	12
30	1	2	2	5
31	3	4	4	11
32	4	4	4	12
33	5	5	5	14
34	5	5	5	15
35	5	4	4	13
36	5	5	5	15
37	3	3	3	9
38	2	2	2	6
39	4	5	5	14
40	5	5	5	15
41	5	5	5	15
42	4	4	4	12

43	4	4	4	12
44	4	4	4	12
45	4	5	4	13
46	4	4	4	12
47	4	4	4	12
48	4	4	4	12
49	3	4	4	11
50	4	5	5	14
51	4	4	4	12
52	4	5	3	12
53	4	4	4	12
54	4	4	4	12
55	3	4	4	11
56	4	4	4	12
57	4	4	4	12
58	3	3	3	9
59	4	4	4	12
60	4	3	3	10
61	3	4	4	11
62	4	4	4	12
63	5	4	5	14
64	3	2	2	7
65	5	5	5	15
66	3	4	4	11
67	4	3	4	11
68	1	1	1	3
69	3	4	4	11
70	4	4	5	13
71	4	4	4	12
72	3	3	3	9
73	4	4	4	12
74	3	4	4	11
75	4	4	3	11
76	4	4	4	12
77	3	4	4	11
78	4	5	4	13
79	3	4	3	10
80	4	5	4	13
81	4	3	3	10
82	4	4	4	12
83	2	2	1	5
84	5	4	4	13
85	4	4	4	12
86	5	5	5	15

87	5	5	5	15
88	3	3	3	9
89	5	5	4	14
90	5	5	5	15
91	3	4	3	10
92	5	5	5	15
93	4	4	4	12
94	4	4	4	12
95	5	4	2	11
96	4	4	4	12
97	4	4	4	12
98	3	4	4	11
99	4	4	5	13
100	4	4	4	12
101	5	4	5	14
102	5	5	5	15
Jumlah	339	407	401	1207
Rata-rata	3,323	3.990	3,931	11,833

### 3. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
1.	5	4	5	4	4	22
2.	4	5	5	5	5	24
3.	4	4	5	5	4	22
4.	1	1	2	2	2	8
5.	3	3	3	3	3	15
6.	4	5	4	5	4	22
7.	5	3	4	4	4	20
8.	3	3	3	5	3	17
9.	4	4	5	4	5	22
10.	4	4	4	4	4	20
11.	3	3	4	3	4	17
12.	5	3	5	5	5	23
13.	3	4	3	3	3	16
14.	5	5	5	4	3	22
15.	4	5	5	5	4	23
16.	3	4	4	4	4	19
17.	3	3	3	3	3	15
18.	4	4	4	4	4	20
19.	5	5	5	4	5	24
20.	4	4	4	4	4	20
21.	5	4	4	5	5	23
22.	4	5	4	5	5	23
23.	4	3	3	4	3	17
24.	4	4	4	4	4	20
25.	3	4	3	4	4	18
26.	4	5	4	3	4	20
27.	4	4	3	3	4	18
28.	3	3	3	3	3	15
29.	4	4	4	5	4	21
30.	1	3	2	3	2	11
31.	5	5	4	3	3	20
32.	4	4	4	4	4	20
33.	4	5	5	4	4	22
34.	5	5	5	4	5	24
35.	5	4	4	5	5	23
36.	5	5	5	5	5	25
37.	3	3	3	3	3	15

38.	2	2	2	2	3	11
39.	5	4	4	4	5	22
40.	5	5	5	3	4	22
41.	5	5	5	5	5	25
42.	3	3	4	4	4	18
43.	3	3	2	3	3	14
44.	4	3	4	3	4	18
45.	4	5	4	4	4	21
46.	4	4	4	4		16
47.	4	3	3	3	3	16
48.	4	4	4	4	4	20
49.	4	4	4	4	4	20
50.	4	3	3	4	3	17
51.	5	5	5	4	4	23
52.	5	5	5	4	4	23
53.	4	4	4	4	4	20
54.	4	4	4	4	4	20
55.	3	4	3	3	3	16
56.	4	4	4	4	4	20
57.	4	4	4	4	4	20
58.	3	3	3	3	3	15
59.	4	4	4	4	4	20
60.	3	3	4	3	4	17
61.	4	3	2	4	3	16
62.	5	4	4	5	5	23
63.	4	4	5	5	5	23
64.	3	2	2	2	2	11
65.	4	4	5	4	5	22
66.	4	4	3	4	3	18
67.	3	3	5	4	3	18
68.	3	3	3	3	3	15
69.	4	3	4	4	4	19
70.	5	5	5	5	5	25
71.	4	3	3	4	3	17
72.	3	3	3	3	3	15
73.	4	4	4	4	4	20
74.	3	3	3	3	3	15
75.	4	4	4	4	4	20
76.	4	4	4	4	4	20
77.	4	4	4	4	4	20
78.	3	5	4	3	4	19
79.	4	4	2	4	3	17
80.	4	4	4	3	3	18
81.	4	4	4	4	4	20
82.	3	4	3	3	4	17
83.	2	2	1	2	1	8
84.	4	4	4	5	4	21
85.	3	4	4	4	5	20
86.	4	4	4	4	4	20
87.	4	4	5	4	5	22

88.	4	4	5	3	4	20
89.	4	5	4	4	5	22
90.	4	4	3	4	4	19
91.	3	4	3	3	4	17
92.	4	4	4	5	5	22
93.	4	4	2	4	3	17
94.	3	4	4	4	3	18
95.	4	4	4	3	3	18
96.	4	4	5	5	5	23
97.	4	4	4	4	4	20
98.	4	3	3	4	5	19
99.	4	4	5	4	4	21
100.	4	4	4	4	4	20
101.	5	4	4	3	5	21
102.	5	5	5	5	5	25
Jumlah	393	394	391	392	391	1961
Rata-rata	3,852	3,862	3,833	3,843	3,833	19,225

#### 4. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Responden	Y.1	Y.2	Y.3	JUMLAH
1	5	5	5	15
2	5	5	5	15
3	4	5	4	13
4	5	4	1	10
5	3	3	3	9
6	4	4	4	12
7	4	4	5	13
8	4	4	3	11
9	3	3	3	9
10	4	4	4	12
11	3	4	4	11
12	4	3	5	12
13	3	3	3	9
14	5	5	4	14
15	5	4	5	14
16	4	4	4	12
17	3	3	3	9
18	4	4	4	12
19	2	4	2	8
20	4	5	5	14
21	5	5	5	15
22	4	5	5	14
23	3	4	4	11
24	4	4	4	12
25	4	5	3	12
26	3	4	4	11
27	4	4	3	11
28	4	4	4	12
29	4	4	4	12
30	1	2	2	5
31	5	5	5	15
32	4	4	3	11
33	4	5	4	13
34	5	5	5	15
35	5	4	4	13
36	5	5	5	15
37	2	3	4	9
38	2	3	2	7
39	4	5	5	14
40	4	5	5	14
41	5	5	5	15
42	4	4	3	11
43	3	3	3	9
44	5	4	3	12
45	4	3	4	11

46	4	4	4	12
47	4	4	3	11
48	4	4	4	12
49	4	3	4	11
50	4	4	3	11
51	2	4	5	11
52	4	4	5	13
53	4	4	4	12
54	4	4	3	11
55	3	3	3	9
56	4	4	4	12
57	4	4	4	12
58	3	3	3	9
59	4	4	4	12
60	3	4	4	11
61	4	4	3	11
62	4	5	5	14
63	5	5	5	15
64	3	2	3	8
65	4	4	3	11
66	4	4	5	13
67	4	4	4	12
68	3	3	3	9
69	4	5	4	13
70	5	5	5	15
71	3	3	3	9
72	3	3	4	10
73	4	4	4	12
74	3	4	4	11
75	3	4	4	11
76	3	3	3	9
77	4	4	3	11
78	4	4	3	11
79	4	4	3	11
80	3	3	3	9
81	4	5	3	12
82	3	3	4	10
83	2	2	1	5
84	5	5	4	14
85	5	5	5	15
86	5	5	5	15
87	5	4	3	12
88	3	4	5	12
89	5	3	5	13
90	4	3	3	10
91	3	3	3	9
92	5	5	5	15
93	4	4	4	12
94	3	3	4	10
95	4	4	5	13



96	5	5	4	14
97	4	5	4	13
98	4	4	4	12
99	4	4	5	13
100	4	4	4	12
101	4	3	2	9
102	5	5	5	15
Jumlah	394	409	392	1192
Rata -rata	3,862	3,980	3,843	11,686

**Lampiran 4.** Hasil pengujian validasi dan reliabilitas terhadap 30 responden terhadap variabel *physical evindance* (X1)

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.802**	.685**	.892**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.802**	1	.847**	.960**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.685**	.847**	1	.917**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.892**	.960**	.917**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.870	4

**Lampiran 5.** Hasil pengujian validasi dan reliabilitas terhadap 30 responden terhadap variabel persepsi harga (X2)

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.735**	.808**	.925**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.735**	1	.768**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.808**	.768**	1	.937**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.925**	.898**	.937**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	4

**Lampiran 6.** Hasil pengujian validasi dan reliabilitas terhadap 30 responden terhadap variabel kualitas layanan (X3)

**Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.583**	.791**	.589**	.720**	.879**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.583**	1	.644**	.526**	.596**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.003	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.791**	.644**	1	.625**	.751**	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.589**	.526**	.625**	1	.624**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.720**	.596**	.751**	.624**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.879**	.793**	.902**	.788**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	6

**Lampiran 7.** Hasil pengujian validasi dan reliabilitas terhadap 30 responden terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y)

**Correlations**

		Y1	Y2	Y3	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.692**	.499**	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.000
	N	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.692**	1	.490**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.000
	N	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.499**	.490**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.005	.006		.000
	N	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.863**	.837**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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



### Reliability Statistics

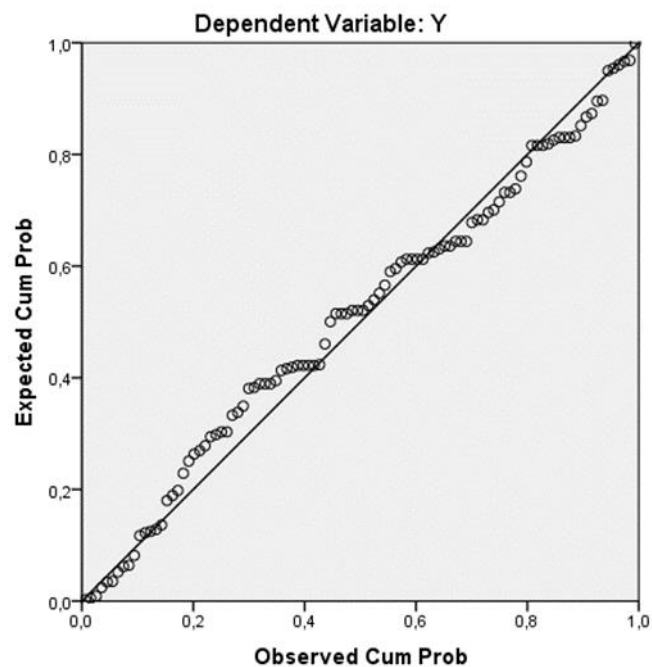
Cronbach's Alpha	N of Items
0,843	4

## Lampiran 8. Asumsi Klasik

### Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		102
Normal	Mean	0,0000000
Parameter	Std. Deviation	1,39781416
Most	Absolute	0,088
Extreme	Positive	0,066
Difference	Negative	-0,088
s	Test Statistic	0,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.052 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## Lampiran 9. Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.334	.821		2.843	.005		
	<i>Physical Evidance</i>	.214	.096	.248	2.240	.027	.345	2.901
	Persepsi Harga	.095	.115	.101	.829	.409	.284	3.516
	Kualitas Layanan	.303	.065	.482	4.677	.000	.398	2.510

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN (Y)

**Lampiran 10.** Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.266	.055		4.839	.000
	PHYSICAL_EVIDANCE	-.005	.004	-.144	-1.243	.217
	PERSEPSI_HARGA	-.002	.006	-.065	-.452	.653
	KUALITAS_PELAYANAN	-.004	.004	-.152	-1.106	.271

a. Dependent Variable: ABS\_RES2

## Lampiran 11. Uji Koefisien Determinasi

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Variables Entered	Variables Removed
KUALITAS LAYANAN, PHYSICAL EVIDANCE, PERSEPSI HARGA <sup>b</sup>	.

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 <sup>a</sup>	.585	.573	1.41905

**Lampiran 12.** Uji F Kelayakan Model

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	278.618	3	92.873	46.121	.000 <sup>b</sup>
	Residual	197.342	98	2.014		
	Total	475.961	101			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan , *Physical Evidance*, Persepsi Harga

**Lampiran 13. Uji t (Uji Hipotesis)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.334	.821		2.843	.005
	<i>Physical Evidance</i>	.214	.096	.248	2.240	.027
	Persepsi Harga	.095	.115	.101	.829	.409
	Kualitas Layanan	.303	.065	.482	4.677	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

## Lampiran 14. Distribusi T

### Titik Presentase Distribusi T (df 1-120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 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

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung.



<b>Pr</b>	<b>0.25</b>	<b>0.10</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.001</b>
<b>Df</b>	<b>0.50</b>	<b>0.20</b>	<b>0.10</b>	<b>0.050</b>	<b>0.02</b>	<b>0.010</b>	<b>0.002</b>
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

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung.

<b>Pr</b>	<b>0.25</b>	<b>0.10</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.001</b>
<b>Df</b>	<b>0.50</b>	<b>0.20</b>	<b>0.10</b>	<b>0.050</b>	<b>0.02</b>	<b>0.010</b>	<b>0.002</b>
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung.

**Lampiran 15. Tabel R *Product Moment* dengan signifikansi 5%**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126

<b>37</b>	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
<b>38</b>	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
<b>39</b>	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
<b>40</b>	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
<b>41</b>	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
<b>42</b>	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
<b>43</b>	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
<b>44</b>	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
<b>45</b>	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
<b>46</b>	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
<b>47</b>	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
<b>48</b>	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
<b>49</b>	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
<b>50</b>	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430

<b>88</b>	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
<b>89</b>	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
<b>90</b>	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
<b>91</b>	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
<b>92</b>	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
<b>93</b>	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
<b>94</b>	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
<b>95</b>	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
<b>96</b>	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
<b>97</b>	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
<b>98</b>	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
<b>99</b>	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
<b>100</b>	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761

Lampiran 16. F tabel pada tingkat signifikansi 5% (0,05)

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



<b>42</b>	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
<b>43</b>	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
<b>44</b>	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
<b>45</b>	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

**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

**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
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

