

sumbangan pengaruh harga produk sebesar 58,4% sedangkan sisanya sebesar 41,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Jika dilakukan pengujian secara bersama-sama yaitu variabel harga produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian, maka besarnya nilai  $R^2$  adalah 0,642% artinya persentase sumbangan pengaruh kualitas produk dan harga sebesar 64,2% sedangkan sisanya sebesar 35,8% dipengaruhi variabel lain.

3. Variabel harga ( $X_1$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,535 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,984 dan berada pada daerah penolakan  $H_0$ , berarti hipotesisnya adalah  $H_0$  diterima dan  $H_a$  diterima, ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara harga produk terhadap keputusan pembelian.
4. Variabel harga ( $X_2$ ) dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,989 lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,984 dan berada pada daerah penolakan  $H_0$ , berarti hipotesisnya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian.
5. Hasil penelitian dari persamaan regresi menunjukkan  $Y = 6.106 + 0,539X_1 + 0,346X_2$ , dimana artinya setiap peningkatan harga produk sebesar 1 point maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan atau penurunan sebesar 0,539 sedangkan peningkatan atau penurunan citra merek sebesar 1 point maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan dan penurunan sebesar 0,346.

Harga produk dan citra merek dapat meningkatkan keputusan pembelian keramik garuda pada PT. Hexline Ceramica Indonesia. Dan sebaliknya penurunan harga produk dan citra merek dapat menurunkan keputusan pembelian keramik garuda pada PT. Hexline Ceramic Indonesia.

### C. Saran

1. PT. Hexline Ceramica Indonesia sebaiknya terus meningkatkan promosi produk sesuai dengan harapan pelanggan, seperti memberikan promosi penjualan keramik dengan memberikan potongan harga untuk setiap pembelian yang mampu melampaui dari pengiriman.
2. PT. Hexline Ceramica Indonesia wajib mempertahankan kestabilan harga agar tetap mampu bersaing dengan kompetitor produk sejenis, serta mampu menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Tjiptono Fandy, Chandra Gregorius, 2017, **Pemasaran Strategik, Edisi 3**, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Fitriani Lidya, 2017, **Pengaruh Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Besi di PT. Ryan Teknik (Studi Kasus Konsumen yang melakukan Keputusan Pembelian Besi di PT. Ryan Teknik)**
- Rosiana, 2017, **Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha (Studi Kasus pada Konsumen PT. Bangun Cipta Bahana)**
- Loandha Yohanes, 2017, **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada CV. Genkey Indonesia**
- Nandan Limakrisna, Togi Parulian Purba, 2017, **Manajemen Pemasaran, Edisi 2**, Jakarta : Mitra Wacana Media
- Harman Malau, 2017, **Manajemen Pemasaran**, Bandung : Alfabeta
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah, 2013, **Prilaku Konsumen**, Yogyakarta : Andi
- Donni Juni Priansa, 2017, **Komunikasi Pemasaran Terpadu**, Bandung : CV. Pustaka Setia
- Sunyoto, Danang, 2012, **Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**, Yogyakarta : Caps
- V. Wiratna Surjaweni, 2015, **Metedologi Penelitian**, Yogyakarta : PT. Pustaka Baru
- Sugiono, 2012, **Metode Penelitian Bisnis Kulitatif dan R & D**, Bandung : Alfabeta
- Daryanto, 2012, **Sari Kuliah Manajemen Pemasaran Cetakan 1**, Bandung : Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Herlambang Susatyo, 2014, **Basic Marketing**, Yogyakarta : Gosyen Publishing
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2012, **Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Edisi Bahasa Indonesia**, Jakarta : Erlangga

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Heni

Tempat tanggal lahir : Bogor, 13 November 1994

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Kp. Marga Mekar RT.003 RW.001 Kel. Parungpanjang  
Kec. Parungpanjang Kota. Bogor Jawa Barat



Riwayat Pendidikan : 1. 2001-2007 SDN 03 Parungpanjang  
2. 2007-2010 SMPN 01 Parungpanjang  
3. 2010-2013 SMK Yuppentek 05 Curug Tangerang  
4. 2014-2018 Universitas Buddhi Dharma

No. Hp : 0877-1103-1112

E-mail : [gouwheni@yahoo.co.id](mailto:gouwheni@yahoo.co.id)

IPK : 3.30





# PT. HEXLINE CERAMICA INDONESIA

Jl. Raya STPI Curug Wetan, Curug, Tangerang, 15810, Indonesia  
Phone: +62 5981474, 5981477

Tangerang, 27 Juli 2018

Nomor : 001/SK/HCI/07/2018  
Lampiran : -  
Perihal : Surat Keterangan Penelitian

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini, atas nama pimpinan PT. Hexline Ceramica Indonesia :

Nama : Wilson Kanali  
Jabatan : **General MANAGER**

Responden yang bertanda tangan dibawah ini adalah mahasiswa dengan data

Dalam rangka menyelesaikan skripsi di Universitas Buddhi Dharma Tangerang yang berjudul

**“Pengaruh Harga Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan**

**Keramik Garuda Pada PT. Hexline Ceramica Indonesia”**. Penulis mengharapkan kesediaan

Bapak/Ibu, Saudara/Ibu untuk mengisi kuesioner dan dimungkinkan setiap jawaban yang Bapak/Ibu

yang merupakan bagian syarat dari memperoleh keserianaanya.  
Saudara/Ibu akan sangat bermanfaat untuk menyelesaikan skripsi.

Demikian surat keterangan penelitian ini kami buat agar digunakan sebagaimana mestinya.  
Terimakasih atas kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/I dalam mengisi kuesioner ini.

## Petunjuk Pengisian

- Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.
- Dalam menjawab pertanyaan kuesioner ini, sebaiknya anda memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya.
- Ada lima alternatif jawaban, yaitu:
  - SS berarti sangat setuju = nilai 5
  - S berarti setuju = nilai 4
  - KS berarti kurang setuju = nilai 3
  - TS berarti tidak setuju = nilai 2
  - STS berarti sangat tidak setuju = nilai 1

Hormat saya,

Wilson Kanali

### Data Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ( ) Laki-Laki ( ) Perempuan
3. Usia : ( )  $\leq 30$  tahun ( ) 31-35 tahun  
( ) 36-40 tahun ( )  $\geq 40$  tahun
4. Tingkat Pendidikan : ( ) SD-SMA ( ) D1-D3  
( ) S1 ( ) S2



### 1. Harga Produk (X1)

No.	Pernyataan	Pilihan jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	PT. Hexline Ceramica Indonesia selalu memberikan informasi harga mengenai produk yang ditawarkan.					
2.	Memberikan potongan harga pada kondisi tertentu untuk setiap pelanggan PT. Hexline Ceramica					

	Indonesia.					
3.	Harga yang ditawarkan PT. Hexline Ceramica Indonesia sesuai dengan harapan pelanggan.					
4.	Harga yang ditawarkan PT. Hexline Ceramica Indonesia lebih murah dibandingkan dengan perusahaan lain.					
5.	Perbandingan harga yang ditawarkan PT.Hexline Ceramica Indonesia dapat bersaing dengan perusahaan lain.					
6.	Harga yang ditawarkan PT. Hexline Ceramica Indonesia lebih terjangkau dari perusahaan lain.					
7.	PT. Hexline Ceramica Indonesia memberikan transaksi yang mudah untuk pelanggan.					
8.	PT. Hexline Ceramica Indonesia selalu memberikan informasi setiap adanya perubahan harga					
9.	Harga yang ditawarkan PT.Hexline Ceramica Indonesia sesuai dengan barang yang diterima pelanggan.					
10.	Cara pembayaran yang diberikan PT. Hexline Ceramica Indonesia sudah sesuai dengan permintaan pelanggan.					

2. **Citra Merek (X2)**

No.	Pernyataan	Pilihan jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Keramik merek Garuda mudah dikenal oleh pelanggan.					
2.	Produk keramik merek Garuda memberikan kesan positif kepada pelanggan.					
3.	Keramik merek Garuda memiliki produk yang banyak diminati pelanggan.					
4.	Keramik merek Garuda lebih unggul dibanding merek lain.					
5.	Citra merek keramik Garuda adalah keramik yang memiliki citra keramik yang baik.					
6.	Produk keramik Garuda adalah merek yang dapat dipercaya.					
7.	Keramik merek Garuda mudah diingat oleh pelanggan karena motif keramiknya.					
8.	Keramik merek Garuda memiliki resiko kecil untuk bersaing dengan produk keramik lainnya.					

TABEL TABULASI SKOR  
JAWABAN KUESIONER  
VARIABEL HARGA PRODUK (X1)

9.	Logo keramik merek Garuda memiliki kesan menarik untuk pelanggan.					
10.	Keramik merek Garuda sudah dikenal sebagai produk keramik yang memiliki kualitas yang baik.					

**3. Keputusan Pembelian (Y)**

No.	Pernyataan	Pilihan jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Pelanggan membeli keramik merek Garuda karena adanya kebutuhan.					
2.	PT. Hexline Ceramica Indonesia memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya.					
3.	PT. Hexline Ceramica Indonesia memahami pelanggannya sesuai dengan keinginan pelanggan.					
4.	PT. Hexline Ceramica Indonesia menyediakan cara pembayaran yang mudah.					
5.	Pelanggan memutuskan membeli keramik merek Garuda karena kesesuaian harga dan citra merek.					
6.	Waktu pengiriman barang sesuai dengan ketentuan jadwal yang diinginkan pelanggan.					
7.	PT. Hexline Ceramica Indonesia selalu siap menerima keluhan dan saran yang pelanggan ajukan.					
8.	Pelanggan memiliki kepercayaan terhadap produk yang dibeli dari PT. Hexline Ceramica Indonesia.					
9.	Pelanggan merasa puas terhadap produk yang dibeli dari PT. Hexline Ceramica Indonesia.					
10.	PT. Hexline Ceramica Indonesia memiliki ketersediaan barang yang diinginkan pelanggan.					







TABEL TABULASI SKOR  
JAWABAN KUESIONER  
VARIABEL CITRA MEREK (X2)

RESPONDEN	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
8	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
9	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48
10	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
11	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
14	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
15	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
16	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	46
17	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
18	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
19	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
20	2	3	3	4	4	2	3	4	4	4	33
21	4	4	5	3	5	4	3	4	2	3	37
22	2	3	4	4	5	3	4	2	3	4	34
23	4	3	2	3	2	3	2	2	2	3	26
24	3	4	2	3	3	2	2	2	2	2	25
25	3	4	5	3	3	3	3	3	3	3	33
26	2	2	4	3	3	2	4	4	2	3	29
27	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	34
28	2	3	3	3	2	2	4	4	4	4	31
29	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	33
30	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	26
31	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4	36
32	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	23
33	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	37
34	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
35	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	44
36	4	3	3	3	5	4	4	4	3	5	38
37	3	4	3	5	5	5	4	3	3	3	38
38	3	3	4	3	4	2	3	2	3	3	30
39	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	36
40	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	35
41	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	41
42	2	3	3	5	4	5	4	2	2	4	34
43	3	3	3	3	5	3	3	4	5	5	37
44	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	45
45	3	4	3	3	4	4	3	3	5	4	36
46	4	3	3	5	4	3	4	3	3	3	35
47	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	45

48	5	3	3	4	3	3	3	3	3	5	<b>35</b>
49	4	4	4	3	4	3	4	5	3	4	<b>38</b>
50	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	<b>43</b>
51	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	<b>40</b>
52	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	<b>40</b>
53	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	<b>39</b>
54	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	<b>40</b>
55	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	<b>38</b>
56	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	<b>37</b>
57	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	<b>40</b>
58	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	<b>40</b>
59	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	<b>40</b>
60	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	<b>40</b>
61	5	5	4	5	4	3	5	4	5	4	<b>44</b>
62	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	<b>41</b>
63	5	3	3	4	5	5	5	4	5	4	<b>43</b>
64	5	4	3	3	3	5	5	5	5	4	<b>42</b>
65	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	<b>42</b>
66	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	<b>43</b>
67	4	4	3	4	5	4	5	4	3	2	<b>38</b>
68	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	<b>48</b>
69	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	<b>44</b>
70	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	<b>41</b>
71	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	<b>42</b>
72	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	<b>42</b>
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
74	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	<b>43</b>
75	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	<b>45</b>
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>40</b>
83	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	<b>36</b>
84	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	<b>36</b>
85	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	<b>36</b>
86	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	<b>36</b>
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	<b>50</b>
90	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>41</b>
91	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	<b>41</b>
92	5	4	3	3	3	4	4	4	5	5	<b>40</b>
93	5	5	3	5	3	5	5	5	4	3	<b>43</b>
94	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	<b>46</b>
95	5	4	4	3	3	5	5	4	4	5	<b>42</b>
96	5	5	3	4	3	5	5	4	5	4	<b>43</b>
97	5	4	3	3	5	5	5	5	5	4	<b>44</b>
98	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	<b>37</b>
99	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	<b>42</b>
100	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	<b>40</b>

Tabel r untuk df = 1 - 50

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

**Tabel r untuk df = 51 - 100**

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

<b>82</b>	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
<b>83</b>	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
<b>84</b>	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
<b>85</b>	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
<b>86</b>	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
<b>87</b>	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

**Tabel r untuk df = 101 - 150**

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
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

**Tabel r untuk df = 151 - 200**

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
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419

<b>181</b>	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
<b>182</b>	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
<b>183</b>	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
<b>184</b>	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
<b>185</b>	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
<b>186</b>	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
<b>187</b>	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
<b>188</b>	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
<b>189</b>	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
<b>190</b>	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
<b>191</b>	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
<b>192</b>	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
<b>193</b>	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
<b>194</b>	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
<b>195</b>	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
<b>196</b>	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
<b>197</b>	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
<b>198</b>	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
<b>199</b>	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
<b>200</b>	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298



