

## BAB 5

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “ Pengaruh Brand Image, Harga, dan Iklan Online Terhadap Peningkatan Penjualan ( Studi Kasus Pada Showroom Mobil Bekas Tangerang ) “, maka hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji T) menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Brand Image terbukti memiliki atau berpengaruh namun tidak terlalu signifikan terhadap Peningkatan Penjualan pada Showroom Mobil Bekas Tangerang. Bisa dilihat dari variabel Brand Image memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 atau 5% sehingga  $0,000 < 0,05$  atau dengan nilai  $t_{tabel}$  atau  $1,893 > 1,66088$ .
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji T) menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Harga terbukti tidak berpengaruh atau tidak signifikan terhadap Peningkatan Penjualan pada Showroom Mobil Bekas Tangerang. Dapat dilihat dari variabel harga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 atau 5% sehingga  $0,000 < 0,05$  atau dengan nilai  $t_{tabel}$  atau  $0,744 > 1,66088$ .
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji T) menunjukkan bahwa variabel independent yakni Iklan Online terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Penjualan pada Showroom Mobil

Bekas Tangerang bisa dilihat dari variabel iklan online memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 atau 5% sehingga  $0,000 < 0,05$  atau dengan nilai  $t_{tabel}$  atau  $5.674 > 1,66088$ .

4. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Brand Image (X1), Harga (X2), dan Iklan Online (X3) mempunyai hubungan yang berpengaruh dan mempunyai hubungan yang konkret terhadap Peningkatan penjualan (Y).

Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil jawaban kuesioner dengan jumlah sampel disebarkan dimana Model 1 Kolom R Square variabel Brand Image, Harga, dan Iklan Online menunjukkan angka 0,658 R Square disebut juga dengan koefisien determinasi. Hal ini berarti besarnya hubungan Brand Image, Harga, dan Iklan Online adalah sebesar 65,8% sedangkan sisanya ( $100\% - 65,8\% = 34,2\%$ ) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. R Square berkisaran pada angka 0 sampai 1, semakin besar angka R Square menunjukkan semakin kuat hubungan antara variabel dan begitu sebaliknya.

Sedangkan dengan uji F, diperoleh Fhitung untuk model 1 adalah  $61,535 > 3,09$  dan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ ,  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel Brand Image (X1), Harga (X2), dan Iklan Online (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Peningkatan Penjualan (Y).

## **B. Implikasi**

Dari hasil pengolahan data dari penelitian ini maka dapat dihasilkan implikasi, sebagai berikut :

### **1. Implikasi Teoritis.**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa Brand Image berpengaruh terhadap Peningkatan Penjualan. Maka dari itu perusahaan dapat meningkatkan Penjualan yang lebih baik.

Dapat di ketahui dari hasil penelitian yang di dapat bahwa Harga tidak berpengaruh terhadap Peningkatan Penjualan, maka perusahaan harus mengatur Pemasangan Harga atau promo yang lebih baik lagi sehingga Penjualan Showroom Mobil Bekas lebih baik.

Dapat di ketahuai dari hasil penelitian yg di lakukan bahwa Iklan Online berpengaruh terhadap Peningkatan Penjualan. Maka dari itu Showroom harus lebih baik lagi dalam Melakukan Pemasangan Iklan Online guna Untuk Peningkatan Penjualan terus baik.

Dari hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa variabel Brand Image, Harga, dan Iklan Online terhadap Penigkatan Penjualan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Peningkatan Penjualan Showroom Mobil Bekas. Maka Showroom juga harus lebih meningkatkan atau Memperhatikan Brand Image, Harga dan Iklan Online terhadap Peningkatan Penjualan nya.

## 2. Implikasi Manajerial

Manurut dari hasil penelitian, telah teruji bahwa Brand Image, Iklan Online memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Penjualan, dan Harga yang tidak berpengaruh terhadap Peningkatan Penjualan dari sisi parsial ataupun simultan. Penelitian ini menunjukkan variabel terkait penting sangat berpengaruh terhadap manajemen atau showroom guna meningkatkan atau memperhatikan permasalahan Harga dengan cara melakukan pengembangan atau trobosan baru dengan memberi promo yang lebih baik lagi.

## 3. Implikasi Metodologi

Cara yang dilakukan dalam pendekatan penelitian ini yaitu dengan secara deskriptif, dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada 100 orang responden sehingga dapat disimpulkan objektifnya dari data yang di dapat. Kuesioner terdiri dari 40 pernyataan untuk masing-masing variabel.

## C. Saran

### 1. Bagi Perusahaan

Untuk meningkatkan pengaruh Brand Image dalam pengaruh Peningkatan penjualan, pihak pelaku atau Showroom harus lebih melihat permintaan pasar pada setiap konsumen atau pelanggan yang mencari sebuah mobil.

Proses pemasangan harga jual dalam sebuah produk yang di jual harus lebih di perhatikan, di sesuaikan pada setiap sekmen kendaraan

atau mobil, menyesuaikan target pasar dan kemampuan daya beli konsumen sekitar.

Pihak showroom harus lebih memperhatikan dalam proses pemasangan Iklan pada aplikasi online atau jual beli, baik dari pemasangan iklan yang benar, penulisan yang benar dan menarik untuk pembaca. Hal ini sangat berpengaruh jika iklan yang di pasang terpasang juga dengan baik dan benar.

## **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti studi kasus ini :

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait tentang Brand Image, harga, dan Iklan Online agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik.
- c. Peneliti selanjutnya diharapkan ditunjang dengan wawancara dengan sumber yang sudah kompeten.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhita Maharani Dewi. (2018). Penelitian Terdahulu 2. *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3(1), 1–22.
- Ahda Segati. (2018). *Penelitian Terdahulu 1*.
- Andi. (2015a). pengertian harga. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 01(01), 1689–1699.
- Andi. (2015b). *pengertian harga*. 95.
- Baig Pariatul Aeni dan Didin Hadi saputra. (2018). Hasil penelitian terdahulu. *Al Tjarah*, 4(1), 35. <https://doi.org/10.21111/tjarah.v4i1.2371>
- Basu Swastha & Irawan. (2005). *pengertian harga*. 76.
- Cutler (Haryono, 2018). (2018). Cutler (Haryono, 2018),. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, 1(69), 5–24.
- Freddy Rangkuti. (2009). *Pengertian Peningkatan Penjualan*. 207.
- Ghozali. (2018). Uji Heteroskedastisitas. 23 Januari 2013, 1–7. <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-f-dan-uji-t.html>
- Intan Puspitasari, Harry J. Sumampouw, dan Aneke Y. Punuindoong. (2018). Penelitian Terdahulu 3. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(002), 269364.
- Keller, A. &. (2018). *Tujuan dan Fungsi Citra Merek*. V(1), 61–75.
- Kotler. (2000). *fakto*. 5.
- manaf. (2016). *Jurnal Mandiri*, 2(2), 263–280. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v2i2.43>
- Nurani. (2019). Jurnal penelitian terdahulu. *Jurnal BENEFIT*, 6(1), 58–66. <https://journal.unita.ac.id/index.php/benefit/article/view/267/247>
- Poniman & Choerudin. (2017). *Pengertian Manajemen Pemasaran*. 7.
- Priyastama, R. (2017). *Uji Reliabilitas*. 15(2), 23.
- Swastha. (2001). *Faktor Mempengaruhi Peningkatan Penjualan*.
- Swastha dan Irawan. (1999). *Pengertian Peningkatan Penjualan*.

Venkatesh dan Penaloza ( Fandy Tjiptono, 2017). (2017). *Venkatesh dan Penaloza ( Fandy Tjiptono,2017)*. 1–72.

Walmsley. (2013). *Pengertian Iklan Online Manajemen Pemasaran*. 9, 22–52.

Wisenblit, S. dan. (2020). *Pengertian Citra Merek*. 9(021), 113–123.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Pribadi:

Nama : Geri putra pratama  
Jenis Kelamin : Laki- laki  
Tempat/ Tanggal Lahir : Kp baru Pontianak , 21 Februari 1998  
Alamat : Perum Binong Permai Curug Tangerang  
15810  
Nomor Handphone : 0819-0639-9212  
Email : gerryputrapratamaa@gmail.com  
IPK Terakhir : 3.37



### Riwayat Pendidikan:

SD : SDN 36 Kubu Raya  
SMP : SMPN 06 Kubu Raya  
SMK : SMK Pancakarya 2 Tangerang  
Perguruan Tinggi : Universitas Buddhi Dharma

### Riwayat Pekerjaan:

Des 2019 - Sekarang : Ototrac AUTOCAR

Tangerang, 25 juli 2022

Geri Putra Pratama



# SURAT KETERANGAN RISET

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Hendry Hartopo

Jabatan : Pemilik / Owner

Bertindak untuk dan atas nama Showroom OTOTRAC Menerangkan dengan surat ini

Nama mahasiswa : Geri Putra Pratama

Universitas : Buddhi Dharma Tangerang

NIM : 20180500090

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Bahwa mahasiswa bersangkutan diatas adalah benar telah mengikuti dan melakukan penelitian di Showroom OTOTRAC dengan judul yaitu **"Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Strategi Pemasangan Iklan di Aplikasi Online Terhadap peningkatan Penjualan Mobil Bekas (Studi Pada Showroom Mobil Bekas Di Tangerang)"**

Adapun penelitian dan riset tersebut di lakukan untuk keperluan skripsi

Demikian surat keterangan ini di berikan kepada yang bersangkutan untuk dapat di gunakan sebagaimana mestinya

Tangerang 21, Juni 2022



Hendry Hartopo

Pemilik / Owner

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1 Lembar kuesioner

Perkenalkan nama saya Geri putra pratama sebagai mahasiswa semester akhir S1 Program Studi Manajemen di Universitas Buddhi Dharma Tangerang.

Pada saat ini sedang melaksanakan penelitian untuk menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Brand Image, “Harga, dan Strategi Pemasangan Iklan di Aplikasi Online Terhadap Peningkatan Penjualan Mobil Bekas”**. Berkaitan dengan kegiatan pengumpulan data dan informasi untuk kebutuhan analisis, saya sangat mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi kuesioner, atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu/Saudara(i), saya ucapkan terimakasih.

#### IDENTITAS RESPONDEN

Mohon Bapak/Ibu/Saudara/I mengisi daftar pertanyaan berikut:

Nama : \_\_\_\_\_

Jenis Kelamin :  Pria/  Wanita

Usia :  20-30Tahun

31-40 Tahun

41-50 Tahun

51- 60 Tahun

## **PETUNJUK PENGISIAN**

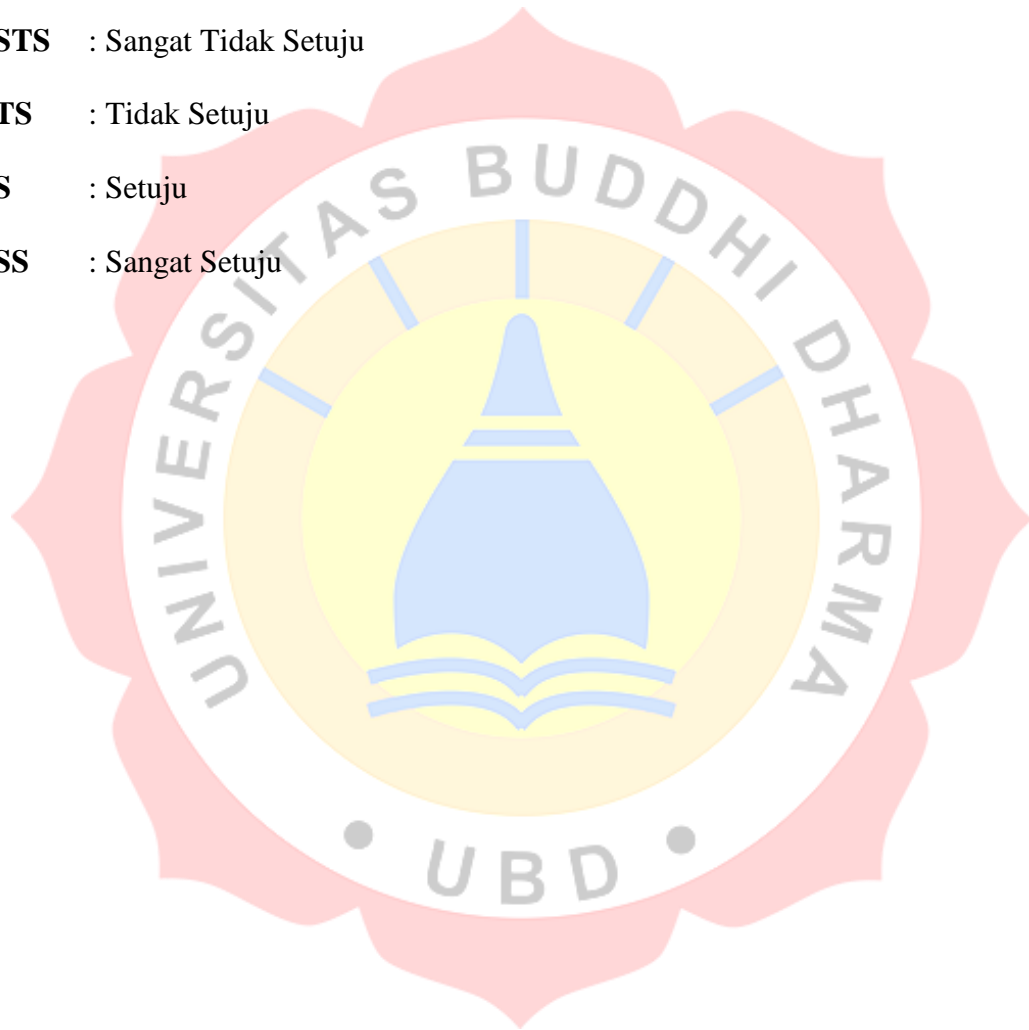
Bapak/Ibu/Saudara/I dimohon untuk mengisi pernyataan berikut dengan member tanda *checklist*(✓) dalam kolom yang disediakan dengan keterangan sebagai berikut:

**STS** : Sangat Tidak Setuju

**TS** : Tidak Setuju

**S** : Setuju

**SS** : Sangat Setuju



## Lampiran 2 Lembar pernyataan kuesioner

### 1. Brand Image (X1)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Kekuatan asosiasi merek dapat percaya dan diandalkan untuk di gunakan					
2	Keuntungan asosiasi merek di berikan yang dapat memberikan kesan yang baik bagi saya (konsumen)					
3	Keunikan Asosiasi Merek dapat menjadikan suatu pilihan yang menarik untuk di komparasi					
4	Atribut Produk dapat di jadikan sebuah dasar dalam pengambilan keputusan pembelian					
5	Keuntungan Konsumen harus menjadi perhatian dalam suatu proses transaksi pembelian					
6	Kepribadian Merek memiliki kesan tersendiri dimata konsumen					
7	Citra Pembuat menjadi suatu landasan penilaian konsumen pada suatu merek yang di pasarkan					
8	Citra Pemakai menjadi sekumpulan asosiasi yang di perisapkan konsumen terhadap pemakai yang menggunakan suatu produk					
9	Citra Produk menjadi suatu kumpulan asosiasi yang di persiapkan konsumen terhadap suatu produk , manfaat bagi konsumen dan penggunaannya					

10	Pengenalan Merek menjadi persepsi relatif pelanggan atas suatu merek di bandungkan dari merek pesaing.					
----	--	--	--	--	--	--

## 2. Harga (X2)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Penilaian mengenai harga secara keseluruhan guna untuk memastikan harga produk yang di berikan stabil dan tepat.					
2	Respons terhadap kenaikan harga menjadi suatu masukan terhadap perubahan yang terjadi dalam penjualan.					
3	Harga produk tertentu dibandingkan produk yang sama apabila ditempat lain menjadi pembanding dari segi yang berbeda tidak berfokus pada harga					
4	Keterjangkauan harga, sangat menjadi focus bagi saya dalam membeli suatu produk (konsumen)					
5	Kesesuaian harga dengan kualitas produk harus seimbang, harga produk yg di bayarkan harus sebanding dengan barang yang didapat oleh pembeli.					
6	Daya saing harga jika di terapkan dengan baik akan membuat peluang menarik konsumen lebih cepat dan lebih mudah					

7	Kesesuaian harga dengan manfaat Konsumen dijadikan suatu pilihan yang di dalam sebuah proses penjualan					
8	Potongan Harga diberikan atau digunakan agar dapat menarik minat pembeli dalam melakukan pembelian					
9	Daftar Harga dijadikan informasi awal atau sebagai acuan juga pertimbangan sebelum melakukan pembelian					
10	Periode Pembayaran menjadi suatu kemudahan yang didapat atas kebijakan penjual dengan memberikan kelonggaran berupa jangka waktu pembayaran					

### 3. Iklan Online (X3)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Sikap pada iklan online merupakan respon, antusias pada informasi yang di berikan calon pembeli atas produk yang di tawarkan					
2	Frekuensi , klik pada iklan online sebagai salah satu tanda tertarik dan minat pada produk yang di iklankan					
3	Menghasilkan suatu tindakan menjadi focus dari pemasangan iklan agar mendapatkan respon baik					

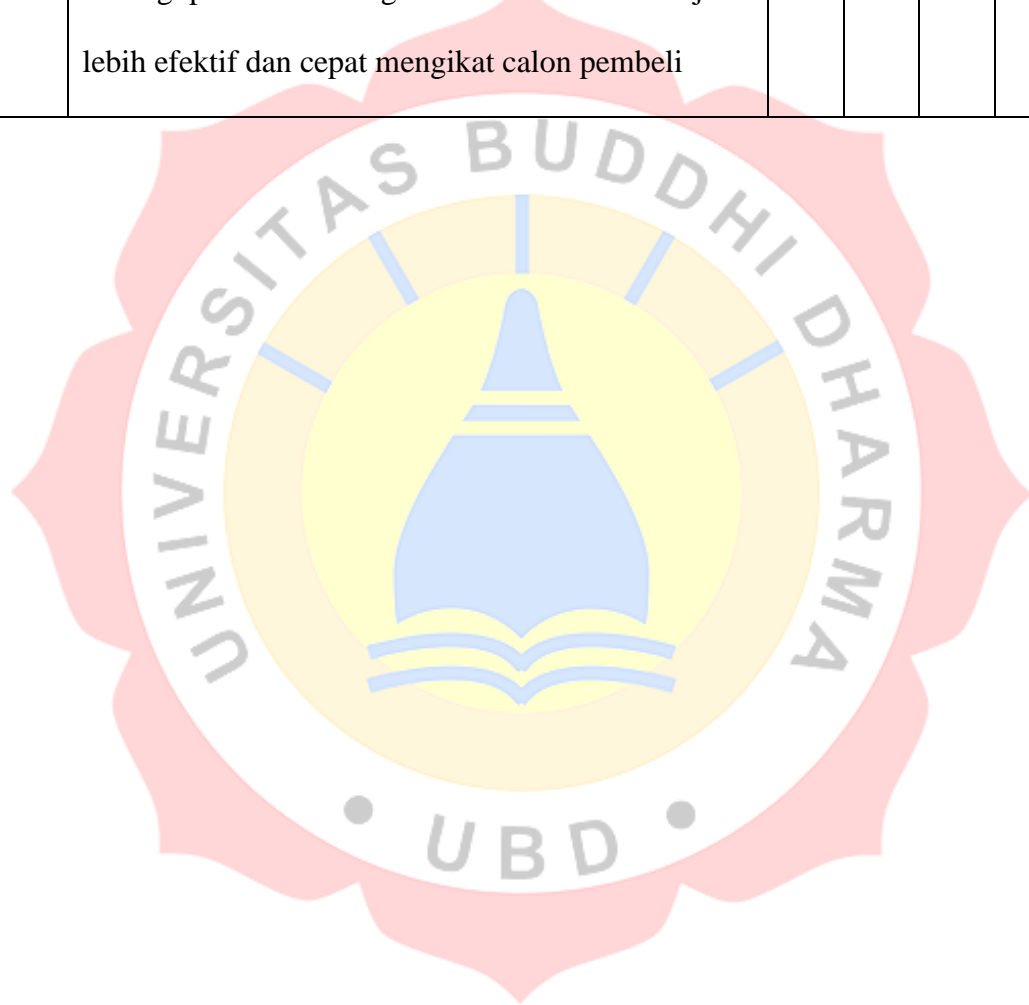
	dalam upaya peningkatan penjualan					
4	Menarik, dan menjadi perhatian dalam pemasangan iklan menjadi upaya yang sangat penting untuk memikat calon pembeli					
5	Dapat menimbulkan perhatian, adalah salah satu respon feedback yang di berikan dari calon pembeli ke pemasang iklan atau penjual.					
6	Daya ingat pada iklan online dapat menimbulkan perhatian, Manjadi sebuah referensi atau pilihan produk yang dibeli					
7	Pemasangan iklan bertujuan agar dapat menimbulkan keinginan untuk membeli produk yg di jual					
8	Dapat menimbulkan perhatian dan mendapatkan banyak pelanggan baru menjadi tujuan utama dari pemasangan iklan online					
9	Jika sudah Frekuensi , klik pada iklan online, maka akan membuat calon pembeli menjadi lebih mudah memutuskan pembelian					
10	Iklan produk yang di tawarkan harus semenarik mungkin agar mendapatkan respon yang baik					

#### 4. Peningkatan Penjualan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga Jual yang terjangkau di ikuti dengan kualitas produk yang baik akan berpengaruh pada peningkatan penjualan					
2	Produk beserta kualitas harus berimbang, kualitas yang baik tidak akan membuat konsumen kecewa					
3	Promosi menjadi langkah yang dilakukan untuk memberikan informasi menarik suatu produk agar menarik perhatian calon pembeli					
4	Saluran distribusi barang yang baik dan efektif akan memudahkan proses penjualan serta penyampaian barang ke konsumen					
5	Mutu dan kualitas barang menjadi kunci utama agar produk tetap diminati dan dibeli oleh konsumen, sehingga perusahaan juga tetap bisa eksis, tumbuh berkembang					
6	Kondisi pasar merupakan gambaran kondisi lapangan sebelum terjun memasarkan produk yang dimiliki kepada target					
7	Strategi pemasaran dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan dengan menyusun strategi yang menarik dan efektif					



8	Pelayanan yang baik dan nyaman akan membuat konsumen merasa puas dalam bertransaksi					
9	Barang dengan Harga yang murah tidak selalu kalah dengan yang mahal, jika di buat dengan kualitas yang baik, harga mahal tidak selalu bagus					
10	Strategi pemasaran dengan iklan online saat ini jauh lebih efektif dan cepat mengikat calon pembeli					



### Lampiran 3 Lampiran Tanggapan Konsumen

#### Variabel X1 ( Brand Image )

No	Brand Image										Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	37
3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	32
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	36
9	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	32
10	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
11	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	37
14	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	24
15	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	34
16	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
17	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	36
18	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	29
19	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	36
20	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	34
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	36
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	36
28	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	32
29	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	35
30	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	36
31	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
32	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
33	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	34
34	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	35
37	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
38	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	31









Variabel X3 ( Iklan Online )

No	Iklan Online (x3)										Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
10	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
11	3	2	3	4	3	3	3	4	4	4	33
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	37
14	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
15	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31
19	3	2	3	4	4	3	3	3	2	4	31
20	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	34
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	31
25	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	33
26	3	2	2	3	3	4	3	3	2	4	29
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	34
29	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	34
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	29
32	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	36
33	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
34	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	37
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	35
37	2	3	2	3	3	3	4	3	4	3	30
38	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	30
39	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38





83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
95	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	37
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
100	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30

**Variabel Y (Peningkatan Penjualan)**

No	Peningkatan Penjualan (Y)										Total Y	
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10		
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	36
3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	36
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	32
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	3	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	34
10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
11	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	36
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
14	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	25
15	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38
16	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
19	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	36





## Lampiran 4 Data Responden

### 4. Lampiran Data Responden

Jenis Kelamin	Responden	Persentase (%)
Laki-laki	75	75%
Perempuan	25	25%
Total	100	100

Usia	Responden	Persentase (%)
20 – 30 Tahun	70	70%
31 – 40 Tahun	29	29%
41-50 Tahun	1	1%
>50 Tahun	0	0%
Total	100	100%

## Lampiran 5 Lampiran Uji Frekuensi (X1)

### Brand Image(X1 )

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	44	44.0	44.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	53	53.0	53.0	53.0
	SS	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	51	51.0	51.0	51.0
	SS	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	S	45	45.0	45.0	48.0
	SS	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	43	43.0	43.0	43.0
	SS	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	48	48.0	48.0	49.0
	SS	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	S	48	48.0	48.0	51.0
	SS	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	S	47	47.0	47.0	51.0
	SS	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	S	46	46.0	46.0	48.0
	SS	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X1.10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	47	47.0	47.0	48.0
	SS	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Lampiran 6 Lampiran Uji Frekuensi (X2)**  
**Harga ( X2)**

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	47	47.0	47.0	48.0
	SS	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	S	46	46.0	46.0	48.0
	SS	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	4	4.0	4.0	5.0
	S	48	48.0	48.0	53.0
	SS	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	S	42	42.0	42.0	46.0
	SS	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	2	2.0	2.0	3.0
	S	40	40.0	40.0	43.0

	SS	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	52	52.0	52.0	52.0
	SS	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	48	48.0	48.0	49.0
	SS	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	S	43	43.0	43.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	46	46.0	46.0	47.0
	SS	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X2.10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	S	46	46.0	46.0	48.0
	SS	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Lampiran 7 Lampiran Uji Frekuensi (X3)

**Iklan Online (X3)**

**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	49	49.0	49.0	50.0
	SS	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0
	S	40	40.0	40.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	S	44	44.0	44.0	46.0
	SS	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	S	46	46.0	46.0	48.0
	SS	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	49	49.0	49.0	50.0
	SS	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	S	45	45.0	45.0	47.0
	SS	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	46	46.0	46.0	46.0
	SS	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	44	44.0	44.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**X3.10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	41	41.0	41.0	41.0
	SS	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Lampiran 8 LAMPIRAN UJI FREKUENSSI ( Y )**

**Peningkatan Penjualan ( Y )**

**Y.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	S	43	43.0	43.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	44	44.0	44.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	S	43	43.0	43.0	45.0
	SS	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	48	48.0	48.0	49.0
	SS	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	47	47.0	47.0	48.0
	SS	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	S	47	47.0	47.0	49.0
	SS	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	S	48	48.0	48.0	51.0
	SS	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	S	42	42.0	42.0	43.0
	SS	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	1	1.0	1.0	3.0
	S	47	47.0	47.0	50.0
	SS	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Y.10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	S	41	41.0	41.0	43.0
	SS	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Lampiran 9 UJI VALIDITAS DAN REABILITAS**  
**Variabel Brand Image (X1)**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	31.44	15.542	.764	.941
X1.2	31.51	15.586	.786	.940
X1.3	31.49	15.545	.795	.939
X1.4	31.49	15.545	.701	.944
X1.5	31.41	15.658	.773	.940
X1.6	31.48	15.444	.787	.940
X1.7	31.52	15.303	.764	.941
X1.8	31.53	15.060	.797	.939
X1.9	31.48	15.303	.792	.939
X1.10	31.47	15.423	.793	.939

## Lampiran 10 UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

### Variabel Harga (X2)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.953	10

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	31.47	17.201	.858	.945
X2.2	31.48	17.343	.789	.948
X2.3	31.57	17.035	.735	.951
X2.4	31.48	17.262	.750	.950
X2.5	31.45	16.795	.831	.946
X2.6	31.50	17.545	.807	.948
X2.7	31.48	17.464	.791	.948
X2.8	31.45	17.159	.835	.946
X2.9	31.46	17.200	.859	.945
X2.10	31.48	17.545	.740	.950

**Lampiran 11 UJI VALIDITAS DAN REABILITAS**  
**Variabel Iklan Online (X3)**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.955	10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	31.65	16.452	.878	.947
X3.2	31.64	16.677	.703	.955
X3.3	31.62	16.521	.826	.949
X3.4	31.64	16.859	.741	.953
X3.5	31.65	16.513	.862	.948
X3.6	31.63	16.619	.801	.950
X3.7	31.60	16.768	.835	.949
X3.8	31.60	16.566	.851	.948
X3.9	31.68	16.503	.772	.952
X3.10	31.55	16.957	.797	.950

## Lampiran 12 JI VALIDITAS DAN REABILITAS

### Variabel Peningkatan penjualan ( Y )

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	10

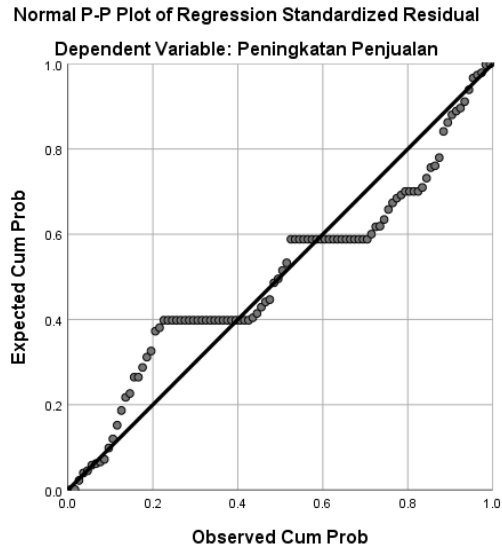
#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	31.59	16.709	.804	.946
Y.2	31.58	16.933	.781	.947
Y.3	31.59	16.568	.839	.944
Y.4	31.62	17.026	.755	.948
Y.5	31.61	16.564	.874	.943
Y.6	31.63	16.437	.871	.943
Y.7	31.66	16.611	.798	.946
Y.8	31.56	16.875	.799	.946
Y.9	31.67	16.688	.679	.952
Y.10	31.57	16.955	.745	.948



## Lampiran 13 UJI ASUMSI KLASIK

### Uji Normalitas



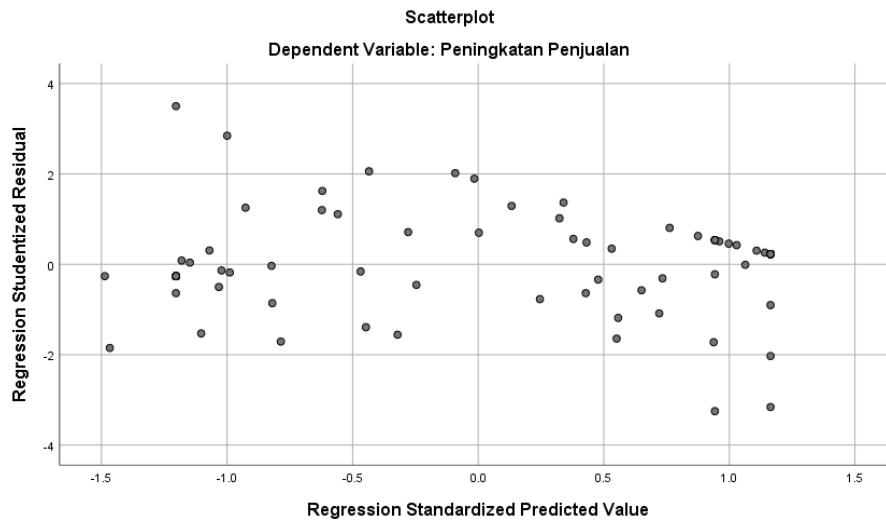
## Lampiran 14 MULTIKOLINEARITAS

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.583	2.317		1.978	.051		
	Brand Image	.204	.108	.196	1.893	.061	.334	2.997
	Harga	.083	.111	.084	.744	.459	.278	3.602
	Iklan Online	.584	.103	.583	5.674	.000	.338	2.958

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

## Lampiran 15 HETEROSKEDASTISITAS



## Lampiran 16 UJI AUTOKOLERASI

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.811 <sup>a</sup>	.658	.647	2.69270	2.317

a. Predictors: (Constant), Iklan Online, Brand Image, Harga

b. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

## Lampiran 17 UJI REGRESI LINIER BERGANDA

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.583	2.317		1.978	.051
	Brand Image	.204	.108	.196	1.893	.061
	Harga	.083	.111	.084	.744	.459
	Iklan Online	.584	.103	.583	5.674	.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

## Lampiran 18 UJI KOEDFISIEN DETERMINASI ( R square )

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.811 <sup>a</sup>	.658	.647	2.69270	2.317

a. Predictors: (Constant), Iklan Online, Brand Image, Harga

b. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

## Lampiran 19 UJI T

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.583	2.317		1.978	.051		
	Brand Image	.204	.108	.196	1.893	.061	.334	2.997
	Harga	.083	.111	.084	.744	.459	.278	3.602
	Iklan Online	.584	.103	.583	5.674	.000	.338	2.958

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

## Lampiran 20 UJI F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1338.500	3	446.167	61.535	.000 <sup>b</sup>
	Residual	696.060	96	7.251		
	Total	2034.560	99			

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

b. Predictors: (Constant), Iklan Online, Brand Image, Harga

Lampiran 21 TABEL R

Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)  
 $df = 1 - 200$

Diproduksi oleh: Junaidi  
<http://junaidichaniago.wordpress.com>



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	0.9817	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	0.3963	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	0.2766	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
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	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
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298



Lampiran 22 TABEL F

# Titik Persentase Distribusi F

Probabilita = 0.05

Diproduksi oleh: Junaidi  
<http://junaidichaniago.wordpress.com>



**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	6.28	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

**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





Lampiran 23 TABEL T

# Titik Persentase Distribusi t

d.f. = 1 - 200

Diproduksi oleh: Junaidi  
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

**Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)**

df	Pr 0.50	0.25 0.20	0.10 0.10	0.05 0.050	0.025 0.02	0.01 0.010	0.005 0.002	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



**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	1.67358	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

**Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)**

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
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

**Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)**

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
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

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

**Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)**

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
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14182
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

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