

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bedasarkan hasil analisa dan pembahasan dalam bab sebelumnya mengenai konsumen dari Lucky Beauty Store dengan Judul “Pengaruh Promosi, Ulasan Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Melalui Marketplace Pada Lucky Beauty Store” maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kesimpulan Umum

- a. Berdasarkan dari hasil penyebaran kuisisioner kepada 100 responden, peneliti memperoleh jawaban bahwa variabel Promosi mendapatkan tanggapan positif dari responden dengan sebagian besar mengatakan sangat setuju. Berdasarkan dari hasil penyebaran kuisisioner kepada 100 responden, peneliti memperoleh jawaban bahwa variabel Promosi mendapatkan tanggapan positif dari responden dengan sebagian besar mengatakan sangat setuju.
- b. Berdasarkan dari hasil penyebaran kuisisioner kepada 100 responden, peneliti memperoleh jawaban bahwa variabel Ulasan produk mendapatkan tanggapan positif dari responden dengan sebagian besar mengatakan sangat setuju.
- c. Berdasarkan dari hasil penyebaran kuisisioner kepada 100 responden, peneliti memperoleh jawaban bahwa variabel Kualitas Pelayanan

mendapatkan tanggapan positif dari responden dengan sebagian besar mengatakan sangat setuju.

- d. Berdasarkan dari hasil penyebaran kuisioner kepada 100 responden, peneliti memperoleh jawaban bahwa variabel Promosi (X1), Ulasan Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) mempunyai hubungan positif dan kuat terhadap variabel Keputusan pembelian (Y).

2. Kesimpulan Khusus

- a. Pengaruh variabel Promosi (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan hasil perhitungan Koefisien korelasi variabel Promosi memperoleh nilai sebesar 0.594. Sehingga dapat di simpulkan bahwa Promosi memiliki pengaruh yang kuat dan positif terhadap Keputusan Pembelian.

- b. Pengaruh variabel Ulasan Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan hasil perhitungan Koefisien korelasi variabel Promosi memperoleh nilai sebesar 0.722. Sehingga dapat di simpulkan bahwa Ulasan Produk berpengaruh yang kuat dan positif terhadap Keputusan Pembelian.

- c. Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

d. Berdasarkan hasil perhitungan Koefisien korelasi variabel Promosi memperoleh nilai sebesar 0.784. Sehingga dapat di simpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh yang kuat dan positif terhadap Keputusan Pembelian.

e. Berdasarkan hasil Uji Simultan

Variabel Promosi, Ulasan Produk dan Kualitas pelayanan memperoleh nilai Fhitung sebesar 156,221 lebih besar dari Ftabel 2.70 atau $156,221 > 2.70$ sehingga disimpulkan H_0 ditolak dan H_a di terima dan diartikan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil Analisa perhitungan dengan metode koefisien dapat di simpulkan sebagai berikut:

1. Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian, implikasi secara teoritis adalah skripsi ini di harapkan dapat dijadikan untuk memperluas wawasan dan pengetahuan terkait faktor ataupun variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara online melalui marketplace. Dalam menentukan suatu keputusan Pembelian, konsumen di pengaruhi oleh berbagai faktor usaha pemasaran dalam hal ini adalah Promosi, Ulasan Produk dan Kualitas Pelayanan.

2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan dari penelitian, implikasi manajerial adalah promosi, ulasan produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku keputusan Pembelian secara online melalui marketplace. Artinya ketika variabel promosi di tingkatkan, berupaya memperoleh Ulasan Produk yang positif, dan variabel kualitas pelayanan di tingkatkan maka keputusan pembelian konsumen secara online akan meningkat. Sehingga memperhatikan perilaku konsumen dan meningkatkan Promosi, Ulasan produk dan Kualitas Pelayanan penting untuk di lakukan dalam upaya mempengaruhi keputusan pembelian secara online.

3. Implikasi metodologi

Dalam penelitian ini merupakan termasuk dalam penelitian kuantitatif dan kualitatif, yang artinya penelitian yang menggunakan data berupa huruf yang di ubah menjadi angka. Sehingga dalam memperoleh data di lakukan dengan menyebarkan kuisisioner yang di dalamnya terdapat pertanyaan / pernyataan yang di berikan kepada konsumen Lucky beauty store dan kemudian di jawab berdasarkan pengalaman, persepsi konsumen itu sendiri. Data murni dari konsumen kemudian di olah menggunakan software SPSS versi 28 untuk mendapatkan hasil yang selanjutnya di simpulkan. Berdasarkan hasil variabel Promosi, Ulasan Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Secara Online.

C. Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan dari hasil Analisa pembahasan bahwa Promosi, Ulasan Produk dan kualitas Pelayanan memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian, maka saran yang dapat di sampaikan adalah sebagai berikut:

- a. Lucky Beauty Store sebaiknya meningkatkan promosi pada pemasarannya baik dalam isi promosi, waktu promosi, dan lama promosi sehingga konsumen lebih tertarik serta meningkatkan keputusan pembelian.
- b. Lucky Beauty Store sebaiknya memperhatikan dan berupaya memperoleh Ulasan Produk yang positif dari konsumen karena ulasan Produk merupakan salah satu faktor pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian secara online.
- c. Lucky Beauty Store sebaiknya meningkatkan Kualitas Pelayanan kepada konsumen. karena kehandalan, daya tanggap, kecepatan, ketepatan dan kemampuan memberikan pelayanan mampu meningkatkan minat konsumen untuk memutuskan membeli.

D. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi pada penelitian selanjutnya dengan variabel yang sama maupun berbeda. Pengetahuan yang luas mengenai variabel, dalam hal ini khususnya variabel Promosi, Ulasan Produk, kualitas pelayanan dan Keputusan Pembelian sangat bermanfaat dalam melakukan penelitian. Selain itu pada penelitian selanjutnya di harapkan variabel pada penelitian ini dapat di pelajari lebih mendalam

sehingga menghasilkan fakta yang baru, sehingga dapat memperluas pengetahuan dan wawasan.



DAFTAR PUSTAKA

- Agleintan, E. R., sutrisna, sutrisna, & Sutandi, S. (2019). Pengaruh Perputaran Piutang Dan Perputaran Aktiva Tetap Terhadap Profitabilitas (Pada Perusahaan Perdagangan Eceran yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2013 – 2017). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3), 64–74. <https://doi.org/10.31253/PE.V17I3.189>
- Annisa Nabilatul Khaira. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Online Shop Nabilashopp1) - Universitas Bakrie Repository*. <http://repository.bakrie.ac.id/5199/>
- Auliya, A., & Mariela, Y. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Dalam Penyelenggaraan Cathay Pacific Travel Fair 2020. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3), 292–301. <https://doi.org/10.32493/JPKPK.V4I3.9955>
- Ayuwardani, R. P., & Isroah, I. (2018). PENGARUH INFORMASI KEUANGAN DAN NON KEUANGAN TERHADAP UNDERPRICING HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG MELAKUKAN INITIAL PUBLIC OFFERING (Studi Empiris Perusahaan Go Public yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1), 143–158. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/19781>
- Azalia Cosina, S. (n.d.). *PENGARUH BRAND IMAGE, POINT OF DIFFERENT, DAN POINT OF PARITY TERHADAP BRAND LOYALTY iPHONE PADA KONSUMEN DI JAKARTA UTARA*.
- belirus.com. (2020, April 28). *Ketahui 4 Fungsi Ulasan Produk dan 5 Manfaat Promosi Online*. Belirus.Com. <https://belirus.com/ketahui-4-fungsi-ulasan-produk-dan-5-manfaat-promosi-online/>
- Dictio.id. (2017, December). *Apa yang dimaksud dengan Pelayanan? - Ekonomi & Bisnis / Manajemen - Dictio Community*. Dictio.Id. <https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-pelayanan/14452>
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). BAURAN PEMASARAN 7P DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA INDUSTRI RETAIL GIANT EKSPRES MAKASSAR. *Jurnal Mirai Management*, 5(3), 120–136. <https://doi.org/10.37531/MIRAI.V5I3.690>
- ginee.com. (2021, July 1). *Jumlah Pengunjung Aktif Marketplace Indonesia dari Android*. <https://ginee.com/id/insights/jumlah-pengguna-marketplace-android/>
- gregorius widiyanto. (2019). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji. *Journal Ekonomi Bisnis*, 17(1), 1–12.
- Hardani, Andriani Helmina, Usiawati Jumari, & Utami Evi Fatmawati. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Abadi husnu, Ed.; 1st ed.). CV.PUSTAKA ILMU GRUP.

- Ibad, S., Arifin, R., Priyono, A., Manajemen, P., & Ekonomi, F. (2018). e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN. *Riset Manajemen*, 167–179. www.fe.unisma.ac.id
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). PENGARUH ULASAN PRODUK, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE SHOPEE DI MOJOKERTO. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/MJM.V6I1.143>
- Indrasari Methiana. (2019). *pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- indri. (2019). *Korelasi dan Regresi Berganda. Korelasi Berganda | by Indriin | Medium*. <https://medium.com/@indriin05/korelasi-dan-regresi-berganda-8208b1ff3c1c>
- Istikhomah, A. A., & Manaf, A. (2017). Alternatif Lokasi Perumahan oleh Pengembang untuk Masyarakat Berpenghasilan Rendah di Sekitar Kawasan Industri Ngaliyan. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 5(4), 267–280. <https://doi.org/10.2/JQUERY.MIN.JS>
- Ivadah, M. N., & Sharif, O. O. (2021). Pengaruh Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Fashion Pada E-commerce Shopee. *EProceedings of Management*, 8(4). <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/15318/15041>
- Juliana Sukmana, D., & Fardani, R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. <https://www.researchgate.net/publication/340021548>
- Kurniawati, T., Sri, I., Hery, P., Studi, P., Stie, M., & Surakarta, A. (2019). PROMOSI DAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA JALUR NUGRAHA EKAKURIR (JNE) BAGI PEDAGANG ONLINE DI KECAMATAN MASARAN KABUPATEN SRAGEN. *Jurnal Ekonomi Paradigma*, 21(01), 55–59. <https://journal.uniba.ac.id/index.php/PRM/article/view/157>
- Kusnawan, A., Silaswara, D., Andy, A., & Sefung, T. (2019, July 26). *Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang*. Sains Manajemen. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=bTE6kI8AAAAJ&citation_for_view=bTE6kI8AAAAJ:4TOpqqG69KYC
- Leonilda Wona, Maria N, Timuneno, T., & Fanggidae, A. H. (2021). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO BUKU SUCI KUPANG. *GLORY: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 2(1-Mar), 63–77. <http://ejurnal.undana.ac.id/index.php/glory/article/view/4729>
- Lianto, S. (2019). *PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN SISWA SMA PADA SEKOLAH YADIKA 10 SELEMBARAN (STUDI KASUS PADA SEKOLAH YADIKA 10 SELEMBARAN)*.
- Manopo, C., Tampi, J. R. E., Program, T. M. T., Administrasi, S., Jurusan, B., & Administrasi, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Kota Manado. In *Productivity* (Vol. 2, Issue 6).

- money.kompas.com. (2021, June 24). *Tren Belanja Online Selama Pandemi, Barang Apa yang Banyak Dibeli Masyarakat?*
<https://money.kompas.com/read/2021/06/24/111700226/tren-belanja-online-selama-pandemi-barang-apa-yang-banyak-dibeli-masyarakat->
- Nanincova Niken. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN NOACH CAFE AND BISTRO. *Agora*, 7(2).
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/8734>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, dan HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 7(1), 43–53.
<https://doi.org/10.36987/ECOBIV7I1.1528>
- Nawang Sari, S., & Pramesti, W. N. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia.com). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(3), 385–394.
<https://doi.org/10.31843/JMBI.V4I3.131>
- NOVITA, D. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LEM KUNING LAMTEK (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PT. MITRA FORINDO SEJAHTERA)*. <http://repositori.buddhidharma.ac.id>
- Pane, D. N. (2018). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO (STUDI KASUS KONSUMEN ALFAMART CABANG AYAHANDA). *JUMANT*, 9(1), 13–25.
<https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/JUMANT/article/view/189>
- Rohman, A., & Ap, M. (2017). *DASAR-DASAR MANAJEMEN*.
- Rohmatulloh, C., & Sari, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Shopee. *EProceedings of Management*, 8(3).
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14964>
- Solihin, D., & Wibawanto, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Dalam Memilih Klub Basket Satria Indonesia Tangerang Selatan. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 3, Issue 3). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Sudjatmika, F. V. (2017). PENGARUH HARGA, ULASAN PRODUK, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI TOKOPEDIA.COM. *Agora*, 5(1).
<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5227>
- Sugandha Sugandha, Wibowo, Fx. P., & Hendra, H. (2019). PENGARUH PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA TERHADAP PRESTASI KERJA KARYAWAN PT.JEMBO ENERGINDO. *Dynamic Management Journal*, 3(2).
<https://doi.org/10.31000/DMJ.V3I2.1963>

wartakadin.com. (2020). *Apa Sih Pentingnya Memahami Perilaku Konsumen - WARTAKADIN*. Wartakadin.Com. <https://wartakadin.com/apa-sih-pentingnya-memahami-perilaku-konsumen/>

Widiyanti, W. (2017, September). *Motivasi Kerja terhadap Kinerja Pegawai pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Depok | Widiyanti | Cakrawala - Jurnal Humaniora*.
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/2483/1742>

yulianti, farida, S. E. , M. M. (2019). *manajemen pemasaran* (haris ari susanto, Ed.). CV BUDI UTAMA.



LAMPIRAN 1

DAFTAR RIWAYAT HIPUP

Nama : Anggi Supriyanto

Tempat, Tanggal Lahir : Purworejo, 04, April 1994

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Alamat : Jl. Lancelot No.87 Taman Britania Lippo,
Karawaci, Tangerang banten

Nomor telephone : 0896-5170-9558

Email : anggisupriyanto3@gmail.com

IPK terakhir : 3,59

Riwayat Pendidikan

SD (2001/2002 – 2006/2007) : SDN WONOROTO

SMP (2006/2007–2008/2009): SMP N 31 PURWOREJO

SMK (2008/2009-2011/2012): YUPPEN TEK 1 TANGERANG

S1 (2018/2019 – 2021/2022) : UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG



LAMPIRAN 2



LUCKY BEAUTY STORE
Salon Accessories & Makeup tools
Metro Atom Plaza Jl.K.H.Samanhudi Ps. Baru Sawah besar
Jakarta Pusat 10710 Telp.08991310756
Email : luckybeautystore01@gmail.com

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

0018/LKS/ADM/I/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indriani K. Sanggelorang
Jabatan : Pemilik Bisnis / Usaha
Perusahaan : Lucky Beauty Store
Alamat : Jl. Kh. Samanhudi, Pasar Baru, Kec. Sawah besar, kota Jakarta
pusat, DKI Jakarta kode pos 10710

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Anggi supriyanto
NIM : 20180500100
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Universitas : Buddhi Dharma Tangerang

Adalah benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul : PENGARUH PROMOSI, ULASAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE MELALUI MARKETPLACE PADA KONSUMEN LUCKY BEAUTY STORE. Sejak tanggal 15 September s/d 25 Desember 2022, dan telah membahas hasil penelitian dengan kami.

Jakarta, 25 januari 2022

Lucky Beauty Store



Indriani K. Sanggelorang

LAMPIRAN 3

KUISIONER

Responden yang terhormat,

Sehubungan dalam rangka menyelesaikan Skripsi di Universitas Buddhi Dharma Tangerang (UBD) dengan judul “Pengaruh Promosi, Ulasan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Pembelian Secara Online Melalui Marketplace Pada Konsumen Lucky beauty Store”. Penulis mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i untuk membantu mengisi Kuisisioner di bawah ini dengan tujuan untuk memperoleh data. Setiap jawaban yang Bapak/Ibu, Saudara/I sangat bermanfaat bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Demikian saya ucapkan terima kasih atas kesediaanya mengisi kuisisioner ini.

Petunjuk Pengisian Jawaban:

1. Berikan checklist pada jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.
2. Dimohon menjawab setiap pertanyaan atau pernyataan dalam kuisisioner ini secara jujur.
3. Terdapat 5 (lima) pilihan jawaban alternative yang dapat di pilih yaitu:
 - a. SS (sangat setuju) : nilai 5
 - b. S (setuju) : nilai 4
 - c. KS (kurang setuju) : nilai 3
 - d. TS (tidak setuju) : nilai 2
 - e. STS (sangat tidak setuju) : nilai 1

Data Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :

3. Umur :

4. Pekerjaan :

PROMOSI

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Lucky Beauty Store sering melakukan promosi yang meningkatkan minat melakukan bertransaksi.					
2	Berbagai promosi di Lucky Beauty Store meningkatkan minat untuk melakukan pembelian.					
3	Promosi potongan harga yang di tawarkan Lucky Beauty Store sangat menarik perhatian.					
4	Promosi yang di sampaikan Lucky Beauty Store singkat, jelas, dan mudah dipahami.					
5	Lucky beauty store menggunakan desain promosi bagus dan menarik.					
6	Promosi Lucky Beauty Store melalui media sosial sangat membantu.					
7	Pesan yang disampaikan melalui promosi Lucky Beauty Store mudah dipahami.					
8	Promosi pada hari libur yang dilakukan Lucky beauty Store sangat membantu.					
9	Promosi yang dilakukan Lucky Beauty Store pada awal bulan menarik perhatian.					
10	Waktu promosi pada Lucky Beauty Store sangat bervariasi.					

ULASAN PRODUK

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Fitur ulasan produk pada toko Lucky Beauty Store sangat jelas.					
2	Ulasan produk dari pembeli sebelumnya sangat bermanfaat.					
3	Sebelum melakukan pembelian, informasi ulasan produk pada Lucky Beauty Store sangat membantu.					
4	Ulasan produk pada Lucky Beauty Store dapat menjadi informasi tambahan.					
5	Ulasan produk dari pembeli sebelumnya pada Lucky Beauty Store memberikan informasi yang jelas.					
6	Ulasan produk pada Lucky Beauty Store lebih baik dibandingkan toko lain.					
7	Ulasan produk di gunakan untuk melihat kesesuaian antara apa yang di tawarkan Lucky Beauty Store dengan apa yang di terima.					
8	Ulasan produk pada Lucky Beauty Store meyakinkan untuk melakukan pembelian.					
9	Ulasan produk pada Lucky Beauty Store sangat berpengaruh dalam melakukan pembelian.					
10	Tanpa adanya ulasan produk pada Lucky Beauty Store membuat ragu melakukan pembelian.					

KUALITAS PELAYANAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Proses transaksi pesanan pada Lucky Beauty Store dilakukan dengan cepat.					
2	Lucky Beauty Store mengirim pesanan tepat waktu.					
3	Nama, logo serta profil yang jelas pada Lucky Beauty Store terpercaya.					
4	Foto produk pada Lucky Beauty Store menarik minat melakukan pembelian.					
5	Lucky Beauty Store membalas setiap pesan yang ditanya.					
6	Lucky Beauty Store merespon pesan dengan cepat dan tepat.					
7	Lucky Beauty Store menjelaskan dengan detail setiap pertanyaan yang diajukan.					
8	Lucky Beauty Store merespon setiap pertanyaan dengan sopan dan santun.					
9	Pengemasan barang pada Lucky Beauty Store aman dan rapi.					
10	Produk yang dijual pada Lucky Beauty Store sesuai dengan produk yang dibeli.					

KEPUTUSAN PEMBELIAN

NO	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Lucky beauty store memberikan informasi produk yang jelas dan menarik.					
2	Terdapat berbagai macam produk yang berbeda pada Lucky Beauty Store.					
3	Informasi mengenai toko dan produk pada Lucky beauty Store mudah di dapat.					
4	Lucky Beauty Store menawarkan solusi atas masalah dalam menentukan pilihan sesuai kebutuhan.					
5	Penjelasan yang di sediakan pada produk Lucky Beauty Store membantu dalam memilih produk yang diinginkan.					
6	Lucky Beauty Store memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.					
7	Adanya berbagai promosi yang di tawarkan Lucky Beauty Store mendorong saya untuk melakukan pembelian.					
8	Produk yang dijual pada Lucky Beauty Store memenuhi kebutuhan dan keinginan.					
9	Produk yang di beli dengan produk yang diterima sesuai dan memuaskan.					
10	Lucky Beauty Store melayani dengan baik dan sesuai dengan harapan.					

LAMPIRAN 4 REKAPITULASI KUISIONER

Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	X1-1	X1-2	X1-3	X1-4	X1-5	X1-6	X1-7	X1-8	X1-9	X1-10	TOTAL X	X2-1	X2-2	X2-3	X2-4	X2-5
JENNIFER LILON	Perempuan	<20	Belum/tidak bekerja	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	5
Aulia	Perempuan	21-30	Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42	5	5	5	5	4
Amalia dwi	Perempuan	21-30	Pelajar/mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	5	4	5	4
Indriani	Perempuan	21-30	Swasta	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	46	5	5	4	5	4
Tika	Perempuan	21-30	Pelajar/mahasiswa	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	43	5	4	5	4	5
Devi Fatrah	Perempuan	<20	Pelajar/mahasiswa	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4
Dzevas beauty	Perempuan	31-40	Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45	5	5	5	5	5
Maymay	Perempuan	21-30	Swasta	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	5	5	5	4
Devi Ambarwati	Perempuan	21-30	PNS	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42	4	4	4	4	4
Tilni	Perempuan	>41	PNS	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	45	5	4	4	4	4
Fanti maria	Perempuan	31-40	Belum/tidak bekerja	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5
wayan susasth	Perempuan	21-30	Swasta	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	45	4	5	4	4	4
Indriani	Perempuan	31-40	Belum/tidak bekerja	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	48	5	5	5	5	4
Miguel	Perempuan	<20	Swasta	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49	5	5	5	5	5
Yuni	Perempuan	31-40	Swasta	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48	5	5	5	5	5
Dss beauty Studio	Perempuan	21-30	Swasta	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	47	4	4	5	5	5
Helen	Perempuan	21-30	Swasta	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5
UNICI YUNI	Perempuan	>41	Swasta	4	3	3	4	4	4	5	5	3	3	41	4	5	5	5	5
Ida ayu purmana d	Perempuan	21-30	Swasta	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	44	4	4	4	4	4
Supri	Perempuan	21-30	Pelajar/mahasiswa	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5
Ayus	Perempuan	21-30	Swasta	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	46	4	4	5	4	5
Novalliana	Perempuan	21-30	Swasta	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46	5	4	5	4	5
Heldina	Perempuan	21-30	Swasta	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48	5	5	5	5	4
novinda	Perempuan	21-30	Swasta	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	4	4	5	4	5
Aflah nada	Perempuan	31-40	Belum/tidak bekerja	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	4	4	5
VELLY KOSMETIK	Perempuan	31-40	Swasta	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5
Nur Salon	Perempuan	21-30	Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	5
Yuliska Hartaja	Perempuan	31-40	Swasta	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46	4	4	4	5	4
Nur Comariah	Perempuan	31-40	Swasta	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	4	4	4	5	4
yusnalra	Perempuan	21-30	Belum/tidak bekerja	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4
neis daeli	Perempuan	31-40	PNS	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	48
4	5	5	5	5	48
4	4	5	5	4	47
5	4	5	5	5	45
				4	43



LAMPIRAN 5 HASIL PENGOLAHAN SPSS

Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis_kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid id	Laki-laki	5	5.0	5.0	5.0
	Perempuan	95	95.0	95.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Data Responden Berdasarkan Usia

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20	8	8.0	8.0	8.0
	21-30	55	55.0	55.0	63.0
	31-40	33	33.0	33.0	96.0
	>41	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid id	Belum/tidak bekerja	15	15.0	15.0	15.0
	Pelajar/Mahasiswa	13	13.0	13.0	28.0
	Swasta	63	63.0	63.0	91.0
	PNS	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden sering melakukan Promosi

X1_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.0	1.0	1.0
	4	33	33.0	33.0	34.0
	5	66	66.0	66.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan responden adanya berbagai Promosi

X1_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2.0	2.0	2.0
	4	49	49.0	49.0	51.0
	5	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden Promosi diskon

X1_3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.0	1.0	1.0
	4	37	37.0	37.0	38.0
	5	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden isi Promosi mudah di pahami

X1_4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	43	43.0	43.0	43.0
	5	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan desain Promosi

X1_5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	41	41.0	41.0	41.0
	5	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan Promosi media sosial

X1_6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	33	33.0	33.0	33.0
	5	67	67.0	67.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan media Promosi

X1_7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	49	49.0	49.0	49.0
	5	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan ketepatan waktu Promosi

X1_8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	37	37.0	37.0	37.0
	5	63	63.0	63.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan waktu Promosi

X1_9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	28	28.0	28.0	28.0
	5	72	72.0	72.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan variasi waktu Promosi

X1_10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2.0	2.0	2.0
	4	47	47.0	47.0	49.0
	5	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan kesadaran fitur Ulasan

X2_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	37	37.0	37.0	37.0
	5	63	63.0	63.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan pentingnya ulasan

X2_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	49	49.0	49.0	49.0
	5	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan manfaat ulasan

X2_3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	43	43.0	43.0	43.0
	5	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan kesadaran kegunaan

X2_4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	39	39.0	39.0	39.0
	5	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan sering menggunakan ulasan

X2_5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	41	41.0	41.0	41.0
	5	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan responden berdasarkan perbandingan antar toko

X2_6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.0	1.0	1.0
	4	58	58.0	58.0	59.0
	5	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan responden berdasarkan perbandingan kesesuaian

X2_7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	40	40.0	40.0	40.0
	5	60	60.0	60.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan meyakinkan

X2_8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	37	37.0	37.0	37.0
	5	63	63.0	63.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan mengaruhi keputusan

X2_9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	38	38.0	38.0	38.0
	5	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan meningkatkan kepercayaan

X2_10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	34	34.0	34.0	34.0
	5	66	66.0	66.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan kecepatan proses

X3_1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	31	31.0	31.0	31.0
	5	69	69.0	69.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan ketepatan waktu

X3_2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.0	1.0	1.0
	4	41	41.0	41.0	42.0
	5	58	58.0	58.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan kejelasan bukti

X3_3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	49	49.0	49.0	49.0
	5	51	51.0	51.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan pengaruh bukti fisik

X3_4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2.0	2.0	2.0
	4	43	43.0	43.0	45.0
	5	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan kemampuan respon

X3_5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	46	46.0	46.0	46.0
	5	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan kecepatan respon

X3_6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.0	1.0	1.0
	4	42	42.0	42.0	43.0
	5	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan kemampuan pengetahuan

X3_7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	35	35.0	35.0	35.0
	5	65	65.0	65.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan kesopanan

X3_8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	30	30.0	30.0	30.0
	5	70	70.0	70.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan jaminan keamanan

X3_9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	37	37.0	37.0	37.0
	5	63	63.0	63.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan kesesuaian produk

X3_10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	41	41.0	41.0	41.0
	5	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan kejelasan informasi

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	45	45.0	45.0	45.0
	5	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan variasi produk

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.0	1.0	1.0
	4	52	52.0	52.0	53.0
	5	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden kemudahan pencarian informasi

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.0	1.0	1.0
	4	42	42.0	42.0	43.0
	5	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan solusi dan pemcahan masalah

Y4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.0	1.0	1.0
	4	40	40.0	40.0	41.0
	5	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan responden kesesuaian dengan keinginan

Y5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4.00	45	45.0	45.0	45.0
	5.00	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan kesesuaian pelayanan

Y6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4.00	46	46.0	46.0	46.0
	5.00	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tanggapan responden mendorong melakukan pembelian

Y7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4.00	39	39.0	39.0	39.0
	5.00	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden dapat memenuhi kebutuhan

Y8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4.00	32	32.0	32.0	32.0
	5.00	68	68.0	68.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden kepuasan terhadap produk

Y9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4.00	30	30.0	30.0	30.0
	5.00	70	70.0	70.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

Tanggapan responden berdasarkan kesesuaian harapan

Y10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4.00	27	27.0	27.0	27.0
	5.00	73	73.0	73.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: SPSS versi 28

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	41.26	6.922	.600	.759
X1_2	41.44	7.017	.503	.771
X1_3	41.30	7.081	.518	.769
X1_4	41.34	7.176	.497	.772
X1_5	41.32	7.048	.555	.765
X1_6	41.24	7.457	.414	.781
X1_7	41.40	7.273	.452	.777
X1_8	41.28	7.436	.407	.782
X1_9	41.19	7.772	.308	.792
X1_10	41.42	7.317	.389	.785

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.793	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	41.19	6.499	.531	.746
X2_2	41.31	6.782	.387	.765
X2_3	41.25	6.573	.481	.752
X2_4	41.21	6.673	.448	.757
X2_5	41.23	6.825	.379	.766
X2_6	41.42	6.771	.380	.766
X2_7	41.22	6.598	.478	.753
X2_8	41.19	6.640	.469	.754
X2_9	41.20	6.667	.454	.756
X2_10	41.16	6.782	.419	.760

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.776	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	41.28	7.012	.449	.763
X3_2	41.40	6.909	.425	.766
X3_3	41.46	6.998	.407	.769
X3_4	41.44	6.572	.530	.752
X3_5	41.43	6.955	.427	.766
X3_6	41.41	6.810	.463	.761
X3_7	41.32	6.846	.501	.757
X3_8	41.27	7.007	.457	.762
X3_9	41.34	6.934	.455	.762
X3_10	41.38	7.086	.381	.772

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

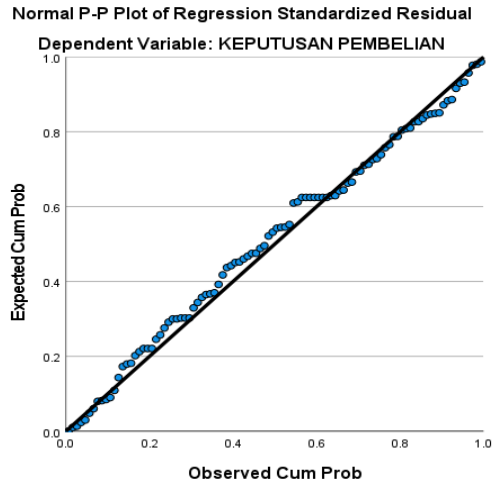
Cronbach's Alpha	N of Items
.782	10

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	41.41	6.386	.355	.741
Y2	41.50	6.232	.396	.736
Y3	41.40	6.020	.489	.721
Y4	41.38	5.895	.548	.712
Y5	41.41	6.285	.398	.735
Y6	41.42	6.226	.423	.731
Y7	41.35	6.311	.399	.735
Y8	41.28	6.486	.347	.742
Y9	41.26	6.518	.342	.742
Y10	41.23	6.341	.442	.729

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

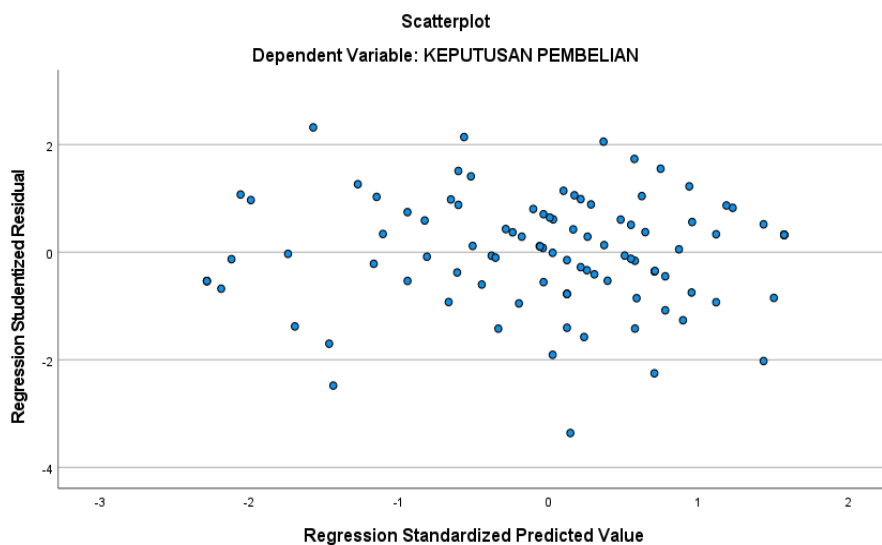
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.753	10



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.57787613	
Most Extreme Differences	Absolute	.071	
	Positive	.046	
	Negative	-.071	
Test Statistic		.071	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.235	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.224
		Upper Bound	.246
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.181	2.929		2.110	.037		
	PROMOSI	.154	.072	.166	2.156	.034	.579	1.728
	ULASAN PRODUK	.206	.095	.213	2.161	.033	.355	2.819
	KUALITAS PELAYANAN	.506	.086	.532	5.895	<.001	.423	2.366

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN



Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pembelian (Y)	45.96	2.745	100
Promosi (X1)	45.91	2.958	100
Ulasan Produk (X2)	45.82	2.837	100
Kualitas Pelayanan (X3)	45.97	2.887	100

Correlations					
		Keputusan Pembelian (Y)	Promosi (X1)	Ulasan Produk (X2)	Kualitas Pelayanan (X3)
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian (Y)	1.000	.594	.722	.784
	Promosi (X1)	.594	1.000	.642	.547
	Ulasan Produk (X2)	.722	.642	1.000	.755
	Kualitas Pelayanan (X3)	.784	.547	.755	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian (Y)	.	<.001	<.001	<.001
	Promosi (X1)	.000	.	.000	.000
	Ulasan Produk (X2)	.000	.000	.	.000
	Kualitas Pelayanan (X3)	.000	.000	.000	.
N	Keputusan Pembelian (Y)	100	100	100	100
	Promosi (X1)	100	100	100	100
	Ulasan Produk (X2)	100	100	100	100
	Kualitas Pelayanan (X3)	100	100	100	100

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Pelayanan (X3)	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
2	Ulasan Produk (X2)	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).
3	Promosi (X1)	.	Stepwise (Criteria: Probability-of-F-to-enter <= .050, Probability-of-F-to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.694	2.747		4.257	<.001
	Kualitas Pelayanan (X3)	.745	.060	.784	12.499	<.001
2	(Constant)	8.285	2.814		2.945	.004
	Kualitas Pelayanan (X3)	.529	.087	.556	6.097	<.001
	Ulasan Produk (X2)	.292	.088	.301	3.305	.001
3	(Constant)	6.181	2.929		2.110	.037
	Kualitas Pelayanan (X3)	.506	.086	.532	5.895	<.001
	Ulasan Produk (X2)	.206	.095	.213	2.161	.033
	Promosi (X1)	.154	.072	.166	2.156	.034

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.181	2.929		2.110	.037
	Promosi	.154	.072	.166	2.156	.034
	Ulasan Produk	.206	.095	.213	2.161	.033
	Kualitas Pelayanan	.506	.086	.532	5.895	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.818 ^a	.670	.659	1.602	.670	64.831	3	96	<.001
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Promosi, Ulasan Produk									

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	458.326	1	458.326	156.221	<.001 ^b
	Residual	287.514	98	2.934		
	Total	745.840	99			
2	Regression	487.421	2	243.711	91.479	<.001 ^c
	Residual	258.419	97	2.664		
	Total	745.840	99			
3	Regression	499.360	3	166.453	64.831	<.001 ^d
	Residual	246.480	96	2.567		
	Total	745.840	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3)						
c. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Ulasan Produk (X2)						
d. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Ulasan Produk (X2), Promosi (X1)						

Model Summary ^d									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.784 ^a	.615	.611	1.713	.615	156.221	1	98	<.001
2	.808 ^b	.654	.646	1.632	.039	10.921	1	97	.001
3	.818 ^c	.670	.659	1.602	.016	4.650	1	96	.034
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3)									
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Ulasan Produk (X2)									
c. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X3), Ulasan Produk (X2), Promosi (X1)									
d. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)									

LAMPIRAN 6

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
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 7

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 0.02	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	

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

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
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Titik Persentase Distribusi 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	0.05	0.025	0.01	0.005	0.002	0.02	0.010	0.005	0.002	0.001	0.0005
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							

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

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	3.14162
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

LAMPIRAN 8

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

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

