

## **BAB V**

### **PENUTUPAN**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak Digital Marketing, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Bertransaksi terhadap Keputusan Pembelian makanan melalui Aplikasi Layanan Shopee Food di Kota Tangerang. Pada penelitian ini terdapat 4 variabel yaitu variabel independent adalah *Digital Marketing*, Kualitas Layanan, Kemudahan Bertransaksi, dan Keputusan Pembelian sebagai variabel dependent. Dalam mengolah data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, penulis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Berdasarkan hasil pengolahan data pada Bab IV, dapat disimpulkan bahwa:

##### **1. Kesimpulan Umum**

###### **a. *Digital Marketing* (X1)**

Dari hasil perolehan jawaban kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang disebar oleh penulis, mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka setuju bahwa mereka mengetahui layanan aplikasi Shopee Food melalui Digital Marketing Shopee.

###### **b. Kualitas Layanan (X2)**

Berdasarkan hasil perolehan jawaban kuesioner dari 100 responden yang disebar oleh penulis, mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka setuju dengan kualitas layanan yang diberikan oleh layanan aplikasi Shopee Food..

c. Kemudahan Bertransaksi

Berdasarkan hasil perolehan jawaban kuesioner dari 100 responden yang disebar oleh penulis, mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka setuju dengan kemudahan bertransaksi yang diberikan oleh layanan aplikasi Shopee Food.

## 2. Kesimpulan Khusus

- a. Berdasarkan penelitian studi kuantitatif mengenai pengaruh digital marketing (X1), kualitas layanan (X2), dan kemudahan bertransaksi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) makanan melalui aplikasi layanan Shopee Food di Kota Tangerang, analisis menggunakan metode analisis regresi berganda menghasilkan koefisien korelasi sebagai berikut: variabel digital marketing (X1) sebesar 0,912 mendekati nilai 1, kualitas layanan (X2) sebesar 0,843 mendekati nilai 1, dan kemudahan bertransaksi (X3) sebesar 0,663 mendekati nilai 1. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara digital marketing, kualitas layanan, dan kemudahan bertransaksi terhadap keputusan pembelian adalah kuat dan memiliki hubungan yang positif.
- b. Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis signifikan parsial (Uji T) disimpulkan bahwa *Digital Marketing* memiliki nilai t sebesar  $10.527 > 1.66088$  dan tingkat signifikan sebesar  $0.00 < 0.05$ . Oleh karena itu, artinya Digital Marketing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian sesuai dengan hipotesis pertama (H1) yang diajukan dalam penelitian.

- c. Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis signifikan parsial (Uji T) disimpulkan bahwa Kualitas Layanan memiliki nilai t sebesar  $5.247 > 1.66088$  dan tingkat signifikan sebesar  $0.00 < 0.05$ . Artinya Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian berdasarkan hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ( $H_2$ ) terbukti.
- d. Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis signifikan parsial (Uji T) disimpulkan bahwa Kemudahan Bertransaksi memiliki nilai t sebesar  $2.993 > 1.66088$  dan tingkat signifikan sebesar  $0.00 < 0.05$ . Artinya Kemudahan Bertransaksi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian berdasarkan hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ( $H_3$ ) terbukti.
- e. Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis f didapatkan nilai  $f_{hitung}$  sebesar  $249.643 > 2.70$  sedangkan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$  Dikarenakan nilai signifikan yang lebih kecil dari 0.05 ini memiliki hasil bahwa variable *Digital Marketing*, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Bertransaksi secara bersama sama memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian makanan pada layanan aplikasi Shopee Food di Kota Tangerang.

## B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat di kemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

### 1. Implikasi Teoritis

- a. Dari hasil penelitian yang telah di lakukan dapat di ketahui bahwa *Digital Marketing*, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Bertransaksi berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan pada layanan apliasi Shopee Food di Kota Tangerang. Maka Shopee harus bisa bersaing dalam menentukan *Digital Marketing*, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Bertransaksi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian makanan pada. Semakin banyak pemasaran via Digital Marketing dan Kualitas Layanan yang diberikan serta kemudahan bertransaksi dalam melakukan pemesanan makanan akan semakin tinggi keputusan pembelian makanan pada layanan aplikasi Shopee Food
- b. Dari hasil penelitian di atas dapat diketetahui bahwa *Digital Marketing*, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Bertransaksi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan pada aplikasi layanan Shopee Food di Kota Tangerang. Dan dapat disimpulkan bahwa konsumen menilai keputusan pembelian makanan di aplikasi Shopee Food menggunakan tiga variabel tersebut yaitu *Digital Marketing*, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Bertransaksi.

## 2. Implikasi Manajerial

Bagi Perusahaan Shopee harus mempertimbangkan tiga variabel tersebut yang secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian makanan pada aplikasi layanan Shopee Food, yaitu *Digital Marketing*, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Bertransaksi. Hal ini dapat menjadi faktor pertimbangan bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian makanan melalui aplikasi layanan Shopee Food.

### C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka saran yang dapat di berikan sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

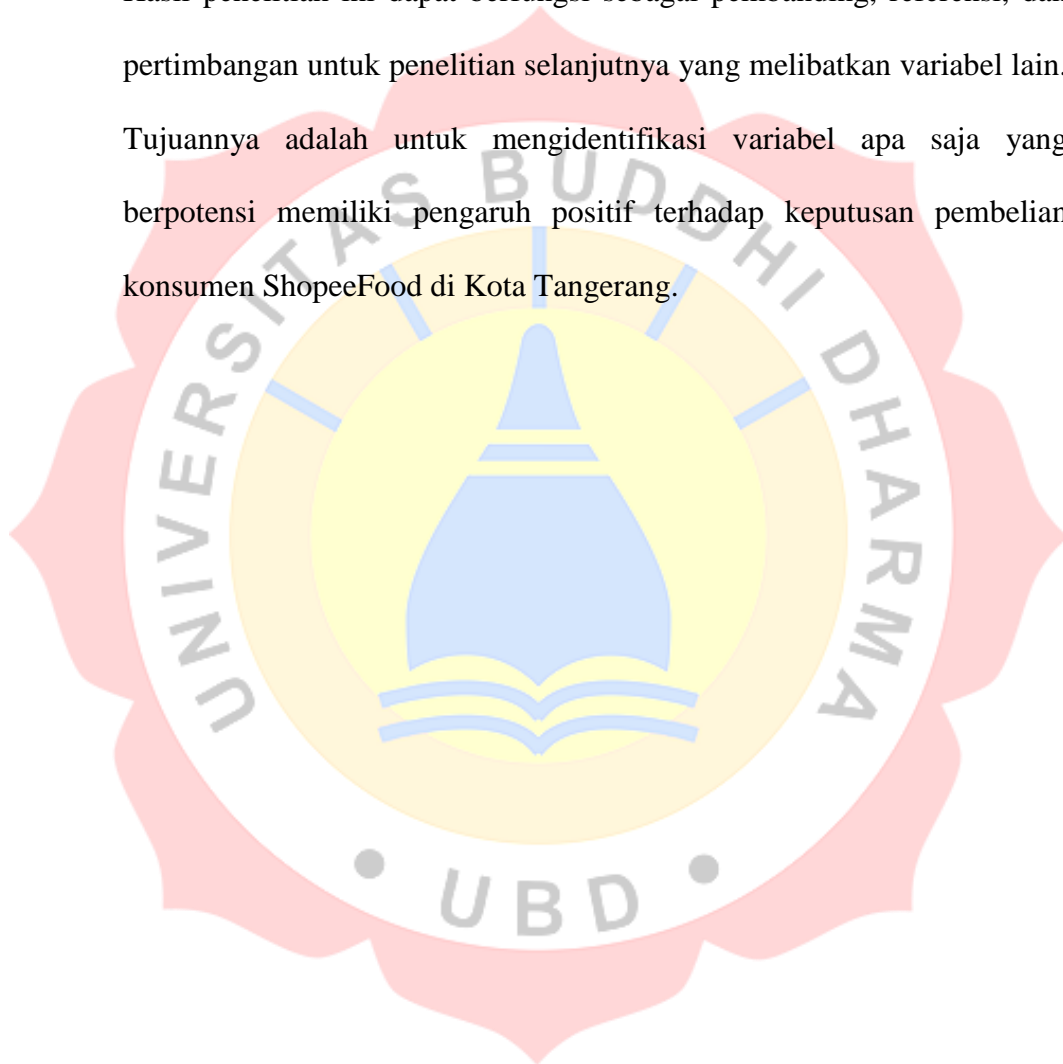
1. Untuk Perusahaan
  - a. ShopeeFood perlu melakukan inovasi dalam konten-konten pemasarannya agar menjadi lebih menarik dan kreatif. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten yang ditawarkan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di masa depan.
  - b. ShopeeFood perlu menjaga dan meningkatkan kualitas layanan yang ditawarkan kepada konsumen. Tujuannya adalah agar di masa depan konsumen tetap mengutamakan ShopeeFood sebagai pilihan utama untuk layanan pengantaran makanan jika mereka ingin memesan makanan.

- c. ShopeeFood harus dapat mempertahankan kemudahan dalam proses transaksi dan terus mengikuti perkembangan terkini untuk meningkatkan kemudahan dalam bertransaksi.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat berfungsi sebagai pembanding, referensi, dan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya yang melibatkan variabel lain.

Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi variabel apa saja yang berpotensi memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen ShopeeFood di Kota Tangerang.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BRAND IMAGE , HARGA DAN KEPERCAYAAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi layanan E-commerce Berrybenka.com). *Diponegoro Journal of Management*, 7(1), 1–20. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php>
- Anggreini. (2021). *BAB I Latar Belakang Penelitian Kabupaten Bandung merupakan daerah administrasi pertama dari yang kemudian terpecah dan kemudian menjadi satu wilayah administrasi bernama Bandung Raya bersama Kota Bandung , Kota Cimahi dan Kabupaten Bandung Barat . Meskip.* 1–89.
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99–108. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432>
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>
- Bayu, B. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Baju Ershop Di Desa Endang Rejo. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan ...*, 3(1), 393–396. <http://ejurnal.poltekkutaraja.ac.id/index.php/meka/article/view/141>
- Boediono, M., Christian, S., & Mustikasari Immanuel, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(1), 1–10.
- Dr. Fachrurazi, Adi Pratama, Ni Desak Made Santi Diwyarthi, Manurung, Rahmi Utami, Harry Jundrio, Tanjung Prasetyo, Edy Mulyana, Nurlelarsi Ginting, Ardiansyah, Noviany, Abdurohim, & Hendra Manurung, (2022). *Manajemen Pemasaran* .
- Fatimah, R. (2023). Pengaruh Content Marketing Instagram Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Di Ps. Store Medan. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 7(1), 296. <https://doi.org/10.31604/jim.v7i1.2023.296-304>
- Fauzi, & Irviani, H. R. (2018). *Pengantar Manajemer*. CV. Andi Offset.
- Febriansyah, K. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen di Kopi Studio 24 Malang. *Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie, Jakarta.*, 28–29. <http://repository.iainkudus.ac.id/3523/5/5>. BAB II.pdf

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Handry, Wi. (2022). Fakultas bisnis universitas buddhi dharma tangerang 2020. *Skripsi*.
- Harga 2.843. > T. (2021). 3(41), 48–56.
- Harlim, J. M., Rosalina,. *PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN KUALITAS LAYANAN APLIKASI LAYANAN SHOPEEFOOD DI JAKARTA ( Studi Pada Konsumen ShopeeFood Di Jakarta ) ABSTRAK* Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh digital marketing dan kualitas layanan terhadap keputusan pemb.
- Harum, Sephia & Sutrisna. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kunci BellucciGroup. *Emabi: Ekonomi dan Manajemen Bisnis*. 2 (1)
- Hernawan, E., & Andy, A. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Gerai Alfamidi Taman Royal Tangerang. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(3), 1-8.
- Jayani, D. H. (2022). *Persaingan Sengit Bisnis Pesan-Antar Makanan di ASEAN*. <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/622971fec872d/persaingan-sengit-bisnis-pesan-antar-makanan-di-asean>
- Jovinson, R. & Andy. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 1(1).
- Kartika, L. N., & Rino, M. M. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PEMASARAN DIGITAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BIOSKOP CINEMA XXI (Studi Pada Mahasiswa di D.I Yogyakarta). *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 31. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.370>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management*.
- Lestari dan Dwijayanti. (2021). Pengaruh Fenomena HARBOLNAS (Hari Belanja Online Nasional) Pada E-Commerce Shopee Melalui Diskon Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1482–1491.
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6, 1–8. [file:///C:/Users/Vivobook/Downloads/22568-Article Text-26577-1-10-20180118.pdf](file:///C:/Users/Vivobook/Downloads/22568-Article%20Text-26577-1-10-20180118.pdf)
- M, R., Tumbuan, W. J. F. A., & Roring, F. (2023). Pengaruh Promosi, Physical Evidence, Harga Pemasaran Digital terhadap Keputusan Pembelian Pada E-



Commerce Shopee Di Kota Manado the Effect of Promotion , Physical Evidence , Digital Marketing Price on Purchase Decisions At E-Commerce Shopee in Manado City. *Jurnal Emba Vol 11 No 1 Februari 2023, 11(1)*, 786–797.

Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis, 9(1)*, 35. <https://doi.org/10.35797/jab.9.1.2019.23529.35-42>

Nasikah, D., & Fuadi, S. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Bertransaksi, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen, 16(1)*, 162–173.

Nilai GMV Pesan-Antar Makanan di Asia Tenggara 2020 ( US \$ Milliar ). (2020). 1–11.

Novianty, S & Kusnawan, A. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Online Tokopedia. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis, 1(1)*.

Pratama, D. (2023). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh E-Service Quality , Periklanan , Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pengguna Application Grab Di Kota Tangerang. 3(1)*.

Priansa, D. J. (2018). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Saputra, A. K. P. (2019). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap produktivitas Karyawan Pada Pt. Pos Indonesia (Persero) Cabang Pekanbaru. *Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9)*, 1689–1699.

Selly, S., & Sutrisna, S. (2022). Pengaruh Suasana Toko, Kesadaran Merek Dan Pembayaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT. Cara Loe Buat Kopi â€œKopi Clbkâ€œ). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis, 2(1)*, 842-848.

Setyawan, O., Satya, F. K. W., & Rezfajri, M. (2022). Pengaruh Integrasi Komunikasi, Digital Marketing, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Terapan, 2(3)*, 318–329.

Siburian, P. S., & Zainurossalamia, S. Z. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Kinerja : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 13(2)*, 99–118. <http://journal.feb.unmul.ac.id>

Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa, 5(1)*, 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>

- Sugandha, Yoyo, T., Mubarok, M. Y., Wibowo, F. P., & Berlin. (2021). *URGensi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*. 1(November), 17–23.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Supartono. (2021). Pengaruh Harga, Kemudahan Bertransaksi, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Online Di E-Commerce Shopee Pada Masa Pandemi Covid 19. *Ikraith-Ekonomika*, 5(2), 210–218.
- Supriadi, G. (2021). *Statistik Penelitian Pendidikan* (1st ed.). UNY Press.
- THABRONI, G. (2022). *Digital Marketing: Pengertian, Tugas, Jenis, Manfaat, Perbedaan & Indikator*. [https://serupa.id/digital-marketing-pengertian-tugas-jenis-manfaat-perbedaan-indikator/#:~:text=Menurut Chaffey %26 Chadwick \(2019%2C,yang di antaranya adalah sebagai](https://serupa.id/digital-marketing-pengertian-tugas-jenis-manfaat-perbedaan-indikator/#:~:text=Menurut Chaffey%26 Chadwick (2019%2C,yang di antaranya adalah sebagai)
- Tholok, F. W., Janamarta, S., & Wibowo, F. P. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Era Covid 19 (Studi Kasus di PT. Erje London Chemical). *eCo-Buss*, 3(2), 48-56.
- Wibowo, F. P. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan PT. Gojek Indonesia. *Efektif Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 27.
- Wijaya, S & Kusnawan, A. (2021). Pengaruh Diskon, Promosi, Digital Marketing, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee Kota Tangerang. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 1(1).
- Williianti. (2020). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Xaverius, F., Wibowo, P., Hernawan, E., & Simbolon, A. S. (2022). 2.+Fx.Wibowo+5-10 (1). 2(1), 5–10. <https://doi.org/10.31253/ad.v2i1.1073>

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### 1. Data Pribadi

- a. Nama Lengkap : Vinka Indriani Susanto
- b. Jenis Kelamin : Perempuan
- c. TTL : Tangerang, 22 Desember 2001
- d. Kebangsaan : Indonesia
- e. Status : Single
- f. Tinggi, Berat : 155 cm, 70 kg
- g. Agama : Buddha
- h. Alamat : Jl.Pulo Indah Rt 06/01, Kedaung Barat, Tangerang
- i. No telephone : 081383378806
- j. E-Mail : [vinkaindrianisusanto22@gmail.com](mailto:vinkaindrianisusanto22@gmail.com)
- k. IPK : 3.53



### 2. Latar Belakang Pendidikan

- a. 2007 – 2013 : SDN Kedaung Barat 1
- b. 2013 – 2016 : SMPS Dharma Widya
- c. 2016 – 2019 : SMKS Dharma Widya

### 3. Pengalaman kerja

- a. PT. Surya Metal Berjaya (2019)
- b. PT. Berkas Limbah Anugerah (2019 – 2022)
- c. PT. Sanden Intercool Indonesia (2022 – Sekarang)

Tangerang, 20 September 2023

Vinka Indriani Susanto

## Lampiran 1

### KUESIONER

Dengan hormat,

Perkenalkan nama saya Vinka Indriani Susanto Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Tangerang. Sehubungan dengan penyusunan tugas akhir (skripsi) saya dengan judul **“Pengaruh *Digital Marketing*, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Bertransaksi terhadap Keputusan Pembelian makanan melalui Aplikasi Layanan Shopee Food di Kota Tangerang”**, saya bermaksud untuk memohon kesediaan Bapak/Ibu Saudara/i untuk mengisi kuesioner berikut ini dengan sejujur - jujurnya sesuai dengan pendapat masing - masing.

Jawaban yang Bapak/Ibu berikan hanya akan dipergunakan untuk kepentingan akademis dan dijaga kerahasiaannya. Atas waktu, perhatian, dan bantuan yang telah diberikan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

#### Data Responden.

Nama Responden :

Jenis Kelamin :  Laki-laki

Perempuan

Usia :  ≤ 17 Tahun

18 - 24 Tahun

25 - 35 Tahun

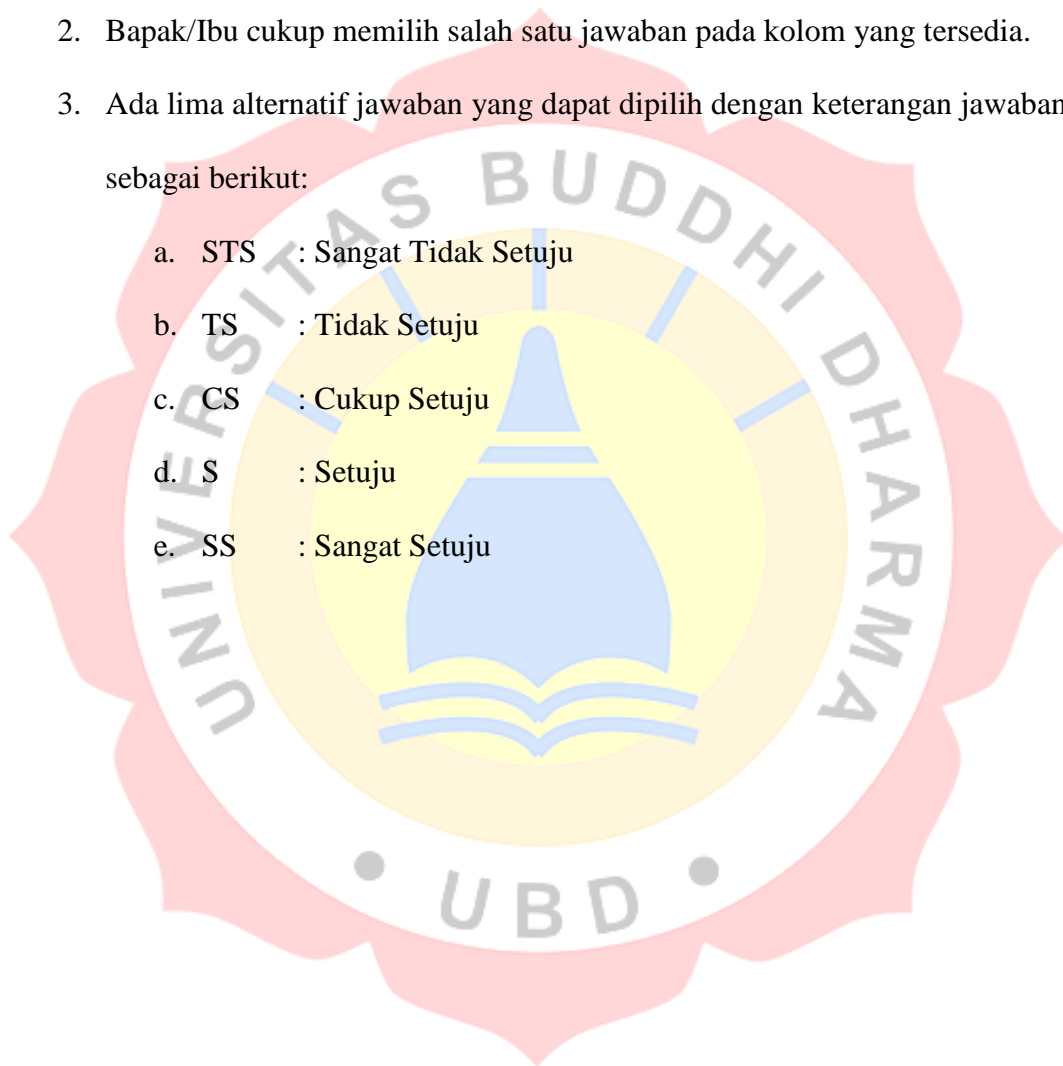
36 - 45 Tahun

≥ 46 Tahun

### **Petunjuk pengisian**

1. Kuesioner ini terdiri dari beberapa bagian, yaitu data responden, pernyataan mengenai *digital marketing*, kualitas layanan, kemudahan bertransaksi, dan keputusan pembelian.
2. Bapak/Ibu cukup memilih salah satu jawaban pada kolom yang tersedia.
3. Ada lima alternatif jawaban yang dapat dipilih dengan keterangan jawaban sebagai berikut:

- a. STS : Sangat Tidak Setuju
- b. TS : Tidak Setuju
- c. CS : Cukup Setuju
- d. S : Setuju
- e. SS : Sangat Setuju



## Lampiran 2

### KUESIONER TENTANG *DIGITAL MARKETING* (XI)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1	Banyak promo menarik yang ditawarkan melalui sosial media pada layanan Aplikasi Shopee Food					
2	Mempromosikan makanan melalui sosial media Shopee Food jauh lebih efektif dibandingkan media lainnya					
3	Shopee Food menampilkan konten iklan diskon makanan yang menarik					
4	Belanja makanan di Shopee Food karena mendapatkan diskon makanan					
5	Belanja makanan di Shopee Food karena adanya diskon biaya pengiriman					
6	Iklan makanan pada sosial media Shopee Food dapat mudah diterima dan dipahami					
7	Iklan pada aplikasi Shopee Food sangat memudahkan untuk menambah informasi diskon pada makanan					
8	Adanya sosial media Shopee Food sangat memudahkan untuk bertanya jika ada kendala dalam pemesanan					
9	Layanan aplikasi Shopee Food mengadakan flash sale setiap tanggal kembar					
10	Diskon potongan harga yang besar dibanding layanan delivery lainnya					

### Lampiran 3

#### KUESIONER TENTANG KUALITAS LAYANAN (X2)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1	Driver ShopeeFood mengirim makanan sesuai dengan estimasi pengiriman					
2	Driver Shopee Food mampu menangani masalah pelanggan dengan baik					
3	Driver Shopee Food memberikan pelayanan pengiriman yang cepat					
4	Driver Shopee Food bersedia memenuhi permintaan pelanggan dengan baik					
5	Driver Shopee Food menjamin keamanan makanan sampai dengan tujuan					
6	Saya merasa aman saat bertransaksi melalui layanan Shopee Food menggunakan ShopeePay					
7	Driver ShopeeFood berpenampilan baik dan ramah					
8	Aplikasi ShopeeFood memiliki kemudahan dalam penggunaannya					
9	Pihak resto menyajikan makanan sesuai dengan pesanan pada layanan aplikasi Shopee Food					
10	Adanya fitur penilaian pada Shopee Food sehingga memudahkan customer untuk memberikan saran dan masukan untuk driver dan makanan					

#### Lampiran 4

#### KUESIONER TENTANG KEMUDAHAN BERTRANSAKSI (X3)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1	Adanya berbagai metode pembayaran pada layanan aplikasi Shopee Food sangat memudahkan customer dalam melakukan transaksi pembelian					
2	Layanan aplikasi Shopee Food mempermudah saat ingin memesan makanan					
3	Fitur Shopee Food lebih mudah digunakan dibandingkan dengan layanan aplikasi lainnya					
4	Memudahkan dalam pemesanan karena pilihan makanan yang beragam pada aplikasi Shopee Food					
5	Layanan aplikasi Shopee Food berusaha menciptakan kemudahan user friendly diberbagai usia pengguna					
6	Layanan aplikasi Shopee Food juga memberikan kemudahan dalam proses pemesanan dengan fitur pemesanan yang tidak terlalu rumit					
7	Pengoprasian layanan aplikasi Shopee Food sangat mudah					
8	Fitur lokasi resto terdekat pada layanan aplikasi Shopee Food sangat membantu customer mendapatkan biaya pengiriman yang murah					
9	Fitur pemilihan lokasi yang mudah dicari pada layanan aplikasi Shoppee Food					
10	Beragam jenis makanan sehingga mempermudah dalam pemilihan makanan					



## Lampiran 5

### KUESIONER TENTANG KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	CS	S	SS
1	Saya memesan makanan menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood karena pilihan produk makanan yang tersedia sangat beragam					
2	Saya selalu menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood untuk memesan makanan karena fitur yang mudah digunakan					
3	Saya menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood karena biaya pengiriman yang lebih murah					
4	Saya menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood karena diskon yang diberikan					
5	Saya menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood karena penggunaannya yang sangat mudah					
6	Stock makanan yang tersedia di ShopeeFood selalu tersedia					
7	Dalam satu bulan saya memesan makanan menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood lebih dari 5 kali					
8	Saya memilih menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood karena kemudahan dalam metode pembayarannya					
9	Saya memilih menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood karena pengantaran makanan sesuai dengan estimasi tiba					
10	Saya memilih menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood karena keaman pengiriman yang terjaga baik					

## Lampiran 6

### Jawaban Responden Mengenai *Digital Marketing* (X1)

n	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	XI
1	5	4	4	2	4	4	4	4	4	3	32
2	3	4	5	4	3	5	4	3	4	4	25
3	5	4	5	3	4	4	3	4	2	5	25
4	5	4	4	2	3	4	4	4	4	5	29
5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	31
6	5	4	3	4	4	4	2	4	3	4	33
7	5	5	4	4	4	2	2	4	3	3	36
8	5	5	4	4	4	3	2	4	4	4	33
9	3	3	5	3	1	5	3	3	2	5	19
10	3	4	5	4	3	5	3	3	4	4	24
11	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	34
12	3	3	4	3	3	5	3	3	2	5	21
13	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	32
14	5	4	5	4	3	5	4	3	4	5	25
15	4	3	5	3	4	4	3	4	2	5	25
16	3	5	4	2	3	4	4	3	4	5	28
17	5	4	4	4	3	3	4	2	4	4	31
18	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	31
19	4	5	4	2	4	2	2	4	3	5	36
20	4	5	4	4	4	4	2	4	3	4	34
21	3	3	5	3	3	5	1	3	2	5	19
22	5	4	5	4	3	5	3	4	2	4	25
23	4	5	4	2	4	4	4	4	3	4	34
24	5	4	5	3	3	5	4	3	2	4	24
25	5	4	5	3	4	4	3	4	2	4	26
26	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	28
27	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	31
28	4	5	4	4	4	2	4	4	3	3	36
29	5	5	4	4	4	3	4	2	3	4	34
30	3	3	5	3	3	5	3	3	2	2	19
31	5	4	5	3	3	5	4	3	4	5	24
32	5	5	4	4	4	4	2	4	4	3	33
33	3	3	5	3	3	5	3	3	2	4	21
34	5	4	4	2	4	4	4	4	4	3	32
35	5	3	5	4	3	5	4	3	4	4	25

36	5	4	5	3	3	4	3	4	2	5	24
37	4	4	4	2	3	4	4	3	2	5	28
38	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	31
39	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	30
40	5	5	4	2	4	3	2	4	3	4	35
41	4	5	4	2	4	4	2	4	4	4	34
42	3	3	5	3	3	5	3	1	2	5	19
43	3	4	5	4	3	5	4	3	4	5	24
44	5	5	4	4	4	2	2	4	3	3	36
45	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	34
46	3	3	5	3	3	5	3	3	2	2	19
47	5	4	5	3	3	5	4	3	3	5	24
48	5	4	4	2	4	4	4	4	3	3	33
49	3	3	5	3	3	5	3	3	2	4	21
50	5	4	4	2	4	4	4	4	4	3	32
51	5	4	5	4	3	5	3	3	4	4	25
52	5	4	5	3	4	5	3	4	2	5	24
53	5	5	2	4	3	4	4	3	4	5	30
54	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	35
55	5	5	2	4	4	4	2	4	3	3	36
56	4	4	2	2	4	2	4	4	3	3	38
57	5	5	4	2	4	4	2	4	3	4	34
58	3	3	5	3	3	5	3	1	2	5	19
59	5	3	5	4	3	5	3	3	4	4	24
60	5	5	3	2	4	2	2	4	3	3	38
61	5	5	4	2	4	3	4	4	3	4	34
62	3	3	5	3	3	5	3	3	2	5	20
63	5	4	5	3	3	5	4	3	4	5	24
64	5	5	4	4	4	4	2	4	3	3	34
65	3	3	5	3	3	5	3	3	2	4	21
66	5	4	4	2	4	4	4	4	4	3	32
67	3	4	5	4	3	5	4	3	4	4	25
68	5	3	5	3	4	5	3	4	2	5	23
69	4	5	3	2	3	4	4	3	4	5	31
70	2	5	4	4	4	3	4	2	4	4	35
71	4	2	3	4	4	4	2	4	3	3	37
72	4	5	3	2	4	2	2	4	3	3	39
73	5	5	4	2	4	4	2	4	4	4	33
74	3	3	5	3	3	5	3	1	2	5	19

75	5	4	5	3	3	5	4	3	2	4	24
76	4	5	2	2	4	3	2	4	4	3	38
77	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	34
78	3	3	5	3	3	5	3	1	2	5	19
79	5	3	5	4	3	5	4	3	4	5	24
80	4	4	4	2	4	4	2	4	3	4	34
81	3	3	5	3	3	5	3	3	2	4	21
82	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	32
83	3	4	5	4	3	5	4	3	4	4	25
84	5	4	5	3	4	4	3	4	2	5	25
85	4	5	3	4	3	4	4	3	4	5	30
86	5	4	4	4	2	3	4	4	4	5	31
87	5	4	3	4	4	4	2	4	3	4	33
88	4	5	3	2	4	3	2	4	3	3	38
89	4	4	4	2	4	4	2	4	3	4	34
90	3	3	5	3	3	1	3	3	2	5	19
91	5	3	5	3	3	5	4	3	4	4	24
92	4	4	3	2	4	2	2	4	3	3	38
93	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	34
94	3	3	5	3	3	5	3	3	1	5	19
95	5	3	5	4	3	5	4	3	4	5	24
96	4	5	4	2	4	4	4	4	3	4	34
97	3	3	5	3	3	5	3	3	2	4	21
98	5	4	4	4	4	4	4	4	4	1	32
99	5	4	5	4	3	5	3	3	4	4	25
100	4	4	5	3	3	4	3	4	2	5	25

UBD

## Lampiran 7

### Jawaban Responden Mengenai Kualitas Layanan (X2)

n	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	X2
1	4	4	3	2	4	2	3	5	4	3	34
2	5	5	4	4	5	3	5	4	5	4	22
3	5	5	5	2	4	4	4	4	4	3	28
4	4	5	5	3	4	3	4	2	4	2	32
5	2	3	5	4	3	2	2	5	5	3	35
6	5	2	5	4	4	4	4	5	5	3	30
7	4	4	2	3	2	4	3	4	3	4	36
8	5	4	3	3	4	4	5	5	4	3	31
9	3	5	4	4	5	3	5	2	5	4	20
10	5	4	4	4	5	3	5	2	5	4	22
11	4	4	4	4	4	2	3	2	5	4	28
12	3	5	4	4	5	3	5	2	5	4	20
13	4	3	4	3	4	2	3	5	4	3	34
14	5	5	4	4	5	3	5	4	4	4	22
15	5	4	5	4	4	3	4	5	4	3	28
16	4	3	5	3	4	3	4	4	3	3	32
17	2	3	5	4	3	2	2	5	5	3	35
18	5	2	5	2	4	4	4	4	5	3	30
19	4	4	4	3	2	4	3	3	3	4	36
20	5	5	3	2	4	4	3	5	4	3	31
21	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	20
22	3	4	4	4	5	3	5	5	5	4	22
23	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	28
24	5	5	4	4	5	3	5	4	5	4	21
25	5	4	4	2	4	4	4	5	4	3	29
26	4	3	5	3	4	3	4	4	4	3	31
27	2	3	5	4	3	2	4	5	4	3	34
28	4	4	2	3	2	4	3	5	4	4	36
29	5	4	3	2	4	4	4	5	4	3	31
30	5	5	4	4	5	3	5	4	5	4	21
31	3	4	4	4	5	3	5	4	4	4	22
32	5	4	4	4	4	2	4	4	3	4	28
33	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	20
34	4	3	3	3	4	4	4	5	4	3	34
35	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	22

36	3	4	5	2	4	4	5	5	4	3	28
37	4	3	5	3	4	3	4	5	4	3	32
38	2	3	5	4	3	2	5	5	2	3	35
39	5	3	5	2	4	4	4	5	5	3	30
40	4	4	4	3	2	4	3	3	3	4	36
41	5	4	5	3	4	4	4	5	4	3	31
42	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	20
43	5	5	4	4	5	3	5	4	4	4	22
44	4	4	2	3	3	4	3	5	3	4	36
45	5	4	3	3	4	4	4	5	4	3	31
46	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	20
47	3	4	4	4	5	3	5	4	4	4	22
48	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	28
49	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	20
50	3	3	3	3	4	2	3	5	4	3	34
51	3	5	5	4	5	3	5	4	4	4	22
52	3	4	4	2	4	3	4	2	4	3	28
53	4	3	5	2	4	3	4	4	3	2	32
54	2	3	5	4	3	4	4	5	2	3	35
55	5	2	5	2	4	4	5	5	5	3	30
56	4	4	2	3	5	4	3	3	3	4	36
57	5	5	3	2	4	4	3	5	4	3	31
58	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	20
59	5	5	4	4	5	3	5	5	5	4	22
60	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4	36
61	5	4	3	4	4	4	3	5	4	3	31
62	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	20
63	3	4	4	4	5	3	5	4	4	4	22
64	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	28
65	4	4	5	3	4	3	4	4	3	2	32
66	3	3	5	4	3	2	2	5	2	3	35
67	5	4	5	4	4	4	3	5	5	3	29
68	4	4	5	2	2	4	3	3	3	4	36
69	5	4	3	2	4	4	4	5	4	3	31
70	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	20
71	5	5	4	4	5	3	5	4	4	4	22
72	4	4	2	3	3	4	3	5	3	4	36
73	5	3	4	3	4	4	5	5	4	3	30
74	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	20

75	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	22
76	4	4	2	3	2	4	3	2	5	4	36
77	5	4	3	2	4	4	4	5	4	3	31
78	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	20
79	3	4	4	4	5	3	5	4	4	4	22
80	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	28
81	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	20
82	4	3	2	2	4	2	4	5	5	3	34
83	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	22
84	5	4	4	2	5	4	4	5	4	3	28
85	4	3	5	4	4	3	4	2	4	2	32
86	2	3	5	4	4	2	2	5	4	3	35
87	5	2	5	2	4	4	5	5	5	3	30
88	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	36
89	5	4	5	2	4	4	3	5	4	3	31
90	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	20
91	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	22
92	4	4	3	3	2	4	3	5	3	4	36
93	5	3	5	2	4	4	4	5	4	3	31
94	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	20
95	3	5	4	4	5	3	5	5	4	4	22
96	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	28
97	3	5	4	4	5	3	5	4	5	4	20
98	4	3	3	3	4	2	4	5	5	3	34
99	3	5	5	4	5	3	5	4	4	4	22
100	5	4	5	2	5	4	5	5	4	3	28

**Lampiran 8**

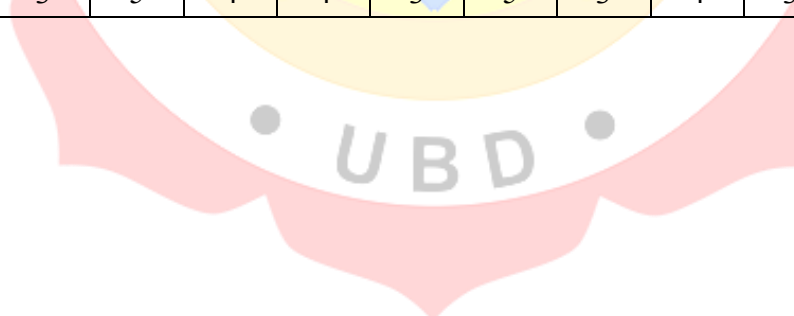
**Jawaban Responden Mengenai Kemudahan Bertransaksi (X3)**

n	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	X3
1	5	3	5	3	4	4	4	5	5	2	33
2	5	3	4	2	3	5	4	4	5	4	26
3	2	3	4	4	4	4	3	5	3	5	26
4	5	4	5	3	3	4	4	5	5	5	30
5	5	3	5	2	4	3	4	3	5	4	32
6	5	3	2	2	4	4	4	5	4	3	34
7	2	4	5	2	4	2	5	5	4	3	37
8	5	3	5	3	4	3	5	5	4	4	34
9	3	5	4	4	3	5	3	4	3	5	20
10	5	3	4	2	3	5	4	4	5	5	25
11	2	4	5	3	4	4	5	5	5	3	35
12	3	5	4	4	3	5	3	4	3	3	22
13	5	3	5	3	4	4	4	5	5	2	33
14	5	3	4	2	3	5	4	4	5	4	26
15	2	3	4	4	4	4	3	5	3	5	26
16	2	4	5	2	3	4	4	4	5	5	29
17	5	3	5	2	4	3	4	3	5	4	32
18	5	3	5	2	4	4	4	5	4	3	32
19	2	4	5	3	4	2	4	5	4	3	37
20	2	4	5	2	4	3	5	5	4	4	35
21	3	5	5	4	3	5	4	5	5	5	24
22	3	5	4	4	3	5	4	4	3	5	21
23	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	37
24	5	5	2	4	3	5	4	4	3	5	22
25	5	3	5	2	4	4	3	5	5	4	29
26	2	4	5	3	3	5	4	4	3	3	30
27	4	4	5	4	2	3	5	4	3	4	33
28	4	2	2	3	2	3	5	5	5	3	41
29	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	37
30	3	5	5	4	3	5	4	5	5	5	24
31	3	5	4	4	3	4	3	4	3	5	21
32	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	37
33	3	5	4	4	3	4	3	5	5	5	23
34	4	4	3	3	4	4	5	3	5	4	37
35	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	24
36	5	3	5	2	4	4	4	5	4	4	31



37	2	4	3	3	3	5	4	3	5	3	34
38	4	3	5	4	2	3	2	5	5	4	35
39	5	4	2	3	4	4	5	2	2	4	39
40	4	2	3	3	2	2	5	5	5	3	41
41	4	4	3	2	4	4	5	3	4	4	37
42	3	5	5	4	3	5	4	5	5	5	24
43	3	5	4	4	3	4	3	4	3	5	21
44	4	2	2	3	2	2	4	5	5	3	41
45	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	37
46	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	24
47	3	5	4	4	3	4	3	4	3	5	21
48	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	37
49	3	5	4	4	3	4	4	4	5	5	23
50	4	4	3	3	4	4	5	3	5	4	37
51	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	24
52	5	3	5	2	4	4	4	5	4	4	31
53	2	4	3	3	3	5	4	3	5	3	34
54	4	4	5	4	2	3	5	5	5	4	35
55	5	2	2	3	4	4	5	3	2	4	39
56	4	2	2	3	2	3	5	5	5	3	41
57	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	37
58	5	5	5	4	3	5	3	5	5	5	24
59	3	5	4	4	3	5	4	4	3	5	21
60	4	2	2	3	2	5	4	5	5	3	41
61	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	37
62	3	5	5	4	3	5	4	5	5	5	24
63	3	5	4	4	3	4	3	4	3	5	21
64	4	2	2	3	2	2	4	5	5	3	41
65	4	4	3	2	4	4	5	3	4	4	37
66	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	24
67	3	5	4	4	3	5	4	4	3	5	21
68	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	37
69	3	5	4	4	3	4	3	5	5	5	23
70	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	37
71	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	24
72	5	3	5	2	4	4	4	5	4	4	31
73	2	4	3	2	3	5	4	3	4	3	34
74	4	4	5	4	2	3	2	5	3	4	35
75	5	2	2	3	4	4	5	2	4	4	39

76	4	2	2	3	2	3	5	5	5	3	41
77	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	37
78	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	24
79	3	5	4	4	3	5	4	4	3	5	21
80	4	2	2	3	2	3	5	5	5	3	41
81	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	37
82	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	24
83	3	5	4	4	3	4	3	4	3	5	21
84	4	4	3	3	4	4	5	3	5	4	37
85	3	5	4	4	3	5	4	5	5	5	23
86	4	4	3	2	4	4	5	3	4	4	37
87	5	5	5	4	3	5	4	4	5	5	24
88	5	3	5	2	4	4	4	3	5	4	31
89	2	4	3	2	3	5	4	3	4	3	34
90	4	4	5	4	2	3	5	5	5	4	35
91	3	5	4	4	3	5	3	4	3	5	20
92	5	3	4	2	3	5	3	5	5	4	26
93	2	4	5	2	4	4	5	5	4	3	35
94	5	3	4	2	3	5	4	4	3	4	25
95	5	4	4	4	4	5	3	5	3	3	27
96	2	3	5	3	3	4	4	4	5	5	29
97	5	3	5	2	4	3	4	3	5	4	32
98	2	4	5	3	4	3	5	5	4	3	37
99	5	4	5	3	4	3	5	5	4	4	35
100	3	5	4	4	3	5	3	4	3	5	20



## Lampiran 9

### Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y)

n	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	Y
1	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
2	4	2	3	4	2	2	5	5	5	4	31
3	4	3	5	2	5	3	4	4	5	2	37
4	2	5	5	5	3	3	4	4	5	3	41
5	5	4	5	4	3	3	3	5	4	5	42
6	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	46
7	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	48
8	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
9	4	2	5	2	2	5	4	2	2	4	30
10	3	3	3	2	2	5	2	3	2	4	28
11	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
12	3	2	2	3	4	3	4	2	2	5	28
13	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
14	4	2	3	4	5	2	4	3	3	5	31
15	4	3	5	2	2	5	4	4	4	5	38
16	2	4	5	3	5	3	3	3	4	2	41
17	5	4	5	4	3	3	3	5	4	5	42
18	5	5	5	3	5	3	5	4	5	5	46
19	5	5	5	3	3	5	3	4	5	5	48
20	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	44
21	4	2	5	4	4	2	4	5	5	4	31
22	3	2	2	4	4	5	3	2	2	3	28
23	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	44
24	5	2	5	4	4	2	3	2	2	4	29
25	5	3	5	2	5	3	4	3	3	2	36
26	5	5	4	3	4	2	3	3	2	3	37
27	5	4	5	4	3	4	3	3	3	5	40
28	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	48
29	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
30	4	2	3	4	4	5	4	3	3	5	31
31	3	2	2	4	5	3	4	5	2	4	28
32	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	44
33	3	2	2	4	5	3	4	3	3	5	30
34	5	5	4	3	5	3	3	5	4	5	46
35	4	2	3	4	4	4	4	5	5	4	31

36	4	3	3	2	5	5	3	4	4	2	38
37	2	5	5	5	3	3	5	4	4	3	41
38	5	4	5	4	3	4	3	5	5	2	42
39	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	46
40	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	48
41	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	44
42	4	2	3	4	5	2	4	3	3	5	31
43	3	2	5	4	4	3	4	2	2	5	28
44	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	48
45	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	44
46	4	2	5	4	4	2	4	5	5	4	31
47	3	2	2	4	4	5	4	3	4	2	28
48	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
49	3	2	2	4	4	5	4	5	5	4	30
50	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
51	4	2	5	4	4	4	4	5	3	4	31
52	4	5	3	2	2	5	4	4	4	5	38
53	2	5	4	5	5	3	5	4	4	3	41
54	5	4	5	4	3	4	3	5	5	2	42
55	5	5	5	5	2	4	3	5	5	5	46
56	5	5	5	3	3	5	3	5	5	3	48
57	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
58	4	2	5	4	4	4	4	5	3	4	31
59	3	2	2	4	4	5	4	3	4	2	28
60	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	48
61	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	44
62	4	2	3	4	4	2	4	5	5	3	31
63	3	4	2	4	4	4	2	4	2	3	28
64	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
65	3	2	2	4	4	5	5	3	5	2	30
66	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	44
67	4	2	3	4	4	2	4	5	5	3	31
68	4	3	5	2	2	5	3	4	4	2	38
69	2	4	4	5	2	5	5	5	4	3	41
70	5	4	5	4	3	4	3	5	3	5	42
71	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	46
72	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	48
73	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
74	5	2	5	4	4	2	3	3	3	4	31

75	4	4	2	4	4	5	5	2	2	4	28
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
77	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	44
78	4	2	5	4	4	4	4	3	5	4	31
79	3	3	2	2	4	5	4	3	2	2	28
80	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
81	3	2	2	4	4	5	4	5	5	4	30
82	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
83	4	2	5	4	4	4	4	5	3	4	31
84	4	5	3	3	2	5	4	4	4	2	38
85	2	4	4	2	3	3	5	5	5	5	41
86	5	4	5	4	3	4	3	3	5	5	42
87	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	46
88	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	48
89	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
90	4	2	5	4	4	4	4	5	3	4	31
91	3	2	4	4	4	5	5	3	2	4	28
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
93	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
94	4	2	5	4	4	2	4	5	5	4	31
95	4	3	2	5	4	3	4	4	2	4	28
96	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	44
97	3	2	2	4	4	5	4	5	5	4	30
98	5	4	5	3	2	5	5	4	4	5	44
99	4	2	5	4	4	4	4	3	5	4	31
100	5	3	3	3	2	3	4	4	4	5	38

Lampiran 10

## HASIL UJI FREKUENSI VARIABEL *DIGITAL MARKETING* (X1)

### **Banyak promo menarik yang ditawarkan melalui sosial media pada layanan Aplikasi Shopee Food**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	CS	23	23,0	23,0	24,0
	S	25	25,0	25,0	49,0
	SS	51	51,0	51,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### **Mempromosikan makanan melalui sosial media Shopee Food jauh lebih efektif dibandingkan media lainnya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	CS	24	24,0	24,0	26,0
	S	45	45,0	45,0	71,0
	SS	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### **Shopee Food menampilkan konten iklan diskon makanan yang menarik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,0	4,0	4,0
	CS	11	11,0	11,0	15,0
	S	42	42,0	42,0	57,0
	SS	43	43,0	43,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

### **Belanja makanan di Shopee Food karena mendapatkan diskon makanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	26	26,0	26,0	26,0
	CS	31	31,0	31,0	57,0
	S	43	43,0	43,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Belanja makanan di Shopee Food karena adanya diskon biaya pengiriman**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	3	3,0	3,0	4,0
	CS	45	45,0	45,0	49,0
	S	51	51,0	51,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Iklan makanan pada sosial media Shopee Food dapat mudah diterima dan dipahami**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	8	8,0	8,0	9,0
	CS	14	14,0	14,0	23,0
	S	40	40,0	40,0	63,0
	SS	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Iklan pada aplikasi Shopee Food sangat memudahkan untuk menambah informasi diskon pada makanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	23	23,0	23,0	24,0
	CS	30	30,0	30,0	54,0
	S	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Adanya sosial media Shopee Food sangat memudahkan untuk bertanya jika ada kendala dalam pemesanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4,0	4,0	4,0
	TS	4	4,0	4,0	8,0
	CS	37	37,0	37,0	45,0
	S	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Layanan aplikasi Shopee Food mengadakan flash sale setiap tanggal kembar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	28	28,0	28,0	29,0
	CS	30	30,0	30,0	59,0
	S	41	41,0	41,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



**Diskon potongan harga yang besar dibanding layanan  
delivery lainnya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	2	2,0	2,0	3,0
	CS	21	21,0	21,0	24,0
	S	43	43,0	43,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total		100	100,0	100,0



## Lampiran 11

### HASIL UJI FREKUENSI VARIABEL KUALITAS LAYANAN (X2)

#### Driver ShopeeFood mengirim makanan sesuai dengan estimasi pengiriman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6,0	6,0	6,0
	CS	28	28,0	28,0	34,0
	S	30	30,0	30,0	64,0
	SS	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### Driver Shopee Food mampu menangani masalah pelanggan dengan baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,0	4,0	4,0
	CS	20	20,0	20,0	24,0
	S	44	44,0	44,0	68,0
	SS	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

#### Driver Shopee Food memberikan pelayanan pengiriman yang cepat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8,0	8,0	8,0
	CS	14	14,0	14,0	22,0
	S	48	48,0	48,0	70,0
	SS	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Driver Shopee Food bersedia memenuhi permintaan  
pelanggan dengan baik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	21	21,0	21,0	21,0
	CS	24	24,0	24,0	45,0
	S	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Driver Shopee Food menjamin keamanan makanan sampai  
dengan tujuan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7,0	7,0	7,0
	CS	11	11,0	11,0	18,0
	S	43	43,0	43,0	61,0
	SS	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Saya merasa aman saat bertransaksi melalui layanan Shopee  
Food menggunakan ShopeePay**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	13	13,0	13,0	13,0
	CS	43	43,0	43,0	56,0
	S	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Driver ShopeeFood berpenampilan baik dan ramah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,0	4,0	4,0
	CS	24	24,0	24,0	28,0
	S	29	29,0	29,0	57,0
	SS	43	43,0	43,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Aplikasi ShopeeFood memiliki kemudahan dalam penggunaannya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8,0	8,0	8,0
	CS	6	6,0	6,0	14,0
	S	42	42,0	42,0	56,0
	SS	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Pihak resto menyajikan makanan sesuai dengan pesanan pada layanan aplikasi Shopee Food**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3,0	3,0	3,0
	CS	14	14,0	14,0	17,0
	S	43	43,0	43,0	60,0
	SS	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Adanya fitur penilaian pada Shopee Food sehingga memudahkan customer untuk memberikan saran dan masukan untuk driver dan makanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4,0	4,0	4,0
	CS	41	41,0	41,0	45,0
	S	55	55,0	55,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



## Lampiran 12

### HASIL UJI FREKUENSI VARIABEL KEMUDAHAN BERTRANSAKSI (X3)

**Adanya berbagai metode pembayaran pada layanan aplikasi  
Shopee Food sangat memudahkan customer dalam melakukan  
transaksi pembelian**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	15	15,0	15,0	15,0
	CS	21	21,0	21,0	36,0
	S	30	30,0	30,0	66,0
	SS	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Layanan aplikasi Shopee Food mempermudah saat ingin  
memesan makanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	10,0	10,0	10,0
	CS	22	22,0	22,0	32,0
	S	37	37,0	37,0	69,0
	SS	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Fitur Shopee Food lebih mudah digunakan dibandingkan  
dengan layanan aplikasi lainnya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	12	12,0	12,0	12,0
	CS	21	21,0	21,0	33,0
	S	30	30,0	30,0	63,0
	SS	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Memudahkan dalam pemesanan karena pilihan makanan yang beragam pada aplikasi Shopee Food**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	24	24,0	24,0	24,0
	CS	37	37,0	37,0	61,0
	S	39	39,0	39,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Layanan aplikasi Shopee Food berusaha menciptakan kemudahan user friendly diberbagai usia pengguna**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	13	13,0	13,0	13,0
	CS	44	44,0	44,0	57,0
	S	43	43,0	43,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Layanan aplikasi Shopee Food juga memberikan kemudahan dalam proses pemesanan dengan fitur pemesanan yang tidak terlalu rumit**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5,0	5,0	5,0
	CS	16	16,0	16,0	21,0
	S	44	44,0	44,0	65,0
	SS	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Pengoprasian layanan aplikasi Shopee Food sangat mudah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	CS	17	17,0	17,0	19,0
	S	49	49,0	49,0	68,0
	SS	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Fitur lokasi resto terdekat pada layanan aplikasi Shopee Food sangat membantu customer mendapatkan biaya pengiriman yang murah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	CS	19	19,0	19,0	21,0
	S	26	26,0	26,0	47,0
	SS	53	53,0	53,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Fitur pemilihan lokasi yang mudah dicari pada layanan aplikasi Shoppe Food**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	CS	21	21,0	21,0	23,0
	S	29	29,0	29,0	52,0
	SS	48	48,0	48,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



**Beragam jenis makanan sehingga mempermudah dalam pemilihan makanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	CS	22	22,0	22,0	24,0
	S	40	40,0	40,0	64,0
	SS	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



### Lampiran 13

#### HASIL UJI FREKUENSI VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

**Saya memesan makanan menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood karena pilihan produk makanan yang tersedia sangat beragam**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6,0	6,0	6,0
	CS	15	15,0	15,0	21,0
	S	25	25,0	25,0	46,0
	SS	54	54,0	54,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Saya selalu menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood untuk memesan makanan karena fitur yang mudah digunakan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	31	31,0	31,0	31,0
	CS	9	9,0	9,0	40,0
	S	36	36,0	36,0	76,0
	SS	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Saya menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood karena biaya pengiriman yang lebih murah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	14	14,0	14,0	14,0
	CS	12	12,0	12,0	26,0
	S	28	28,0	28,0	54,0
	SS	46	46,0	46,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Saya menggunakan aplikasi layanan food delivery  
ShopeeFood karena diskon yang diberikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	10,0	10,0	10,0
	CS	14	14,0	14,0	24,0
	S	38	38,0	38,0	62,0
	SS	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Saya menggunakan aplikasi layanan food delivery  
ShopeeFood karena penggunaannya yang sangat mudah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	13	13,0	13,0	13,0
	CS	13	13,0	13,0	26,0
	S	30	30,0	30,0	56,0
	SS	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Stock makanan yang tersedia di ShopeeFood selalu tersedia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	11	11,0	11,0	11,0
	CS	18	18,0	18,0	29,0
	S	22	22,0	22,0	51,0
	SS	49	49,0	49,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Dalam satu bulan saya memesan makanan menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood lebih dari 5 kali**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	CS	30	30,0	30,0	32,0
	S	35	35,0	35,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Saya memilih menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood karena kemudahan dalam metode pembayarannya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6,0	6,0	6,0
	CS	19	19,0	19,0	25,0
	S	40	40,0	40,0	65,0
	SS	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Saya memilih menggunakan aplikasi layanan food delivery ShopeeFood karena pengantaran makanan sesuai dengan estimasi tiba**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	13	13,0	13,0	13,0
	CS	12	12,0	12,0	25,0
	S	40	40,0	40,0	65,0
	SS	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

**Saya memilih menggunakan aplikasi layanan food delivery  
ShopeeFood karena keaman pengiriman yang terjaga baik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	12	12,0	12,0	12,0
	CS	14	14,0	14,0	26,0
	S	22	22,0	22,0	48,0
	SS	52	52,0	52,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



## Lampiran 14

### Uji Reliabilitas *Digital Marketing* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,928	10

### Uji Reliabilitas Kualitas Layanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,885	10

### Uji Reliabilitas Kemudahan Bertransaksi (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,924	10

### Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,849	10

## Lampiran 15

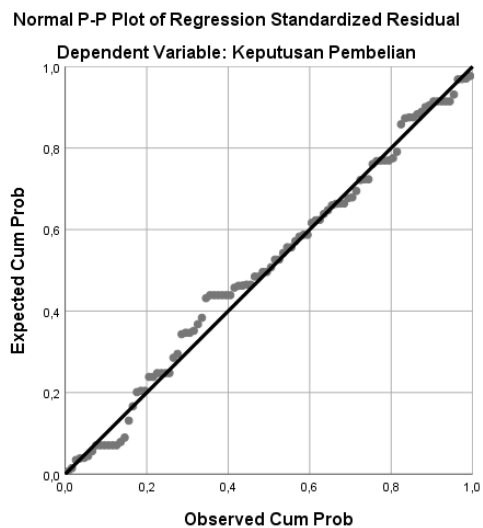
### Hasil uji asumsi klasik

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

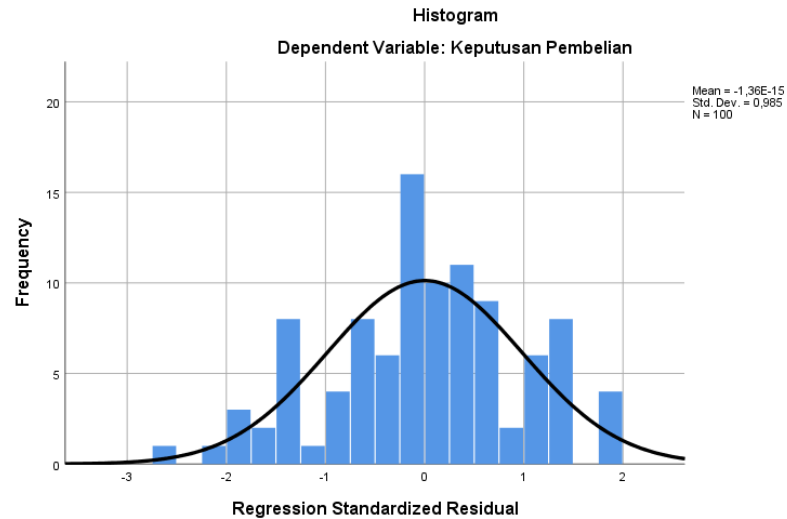
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,40524543
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,090
	Positive	,064
	Negative	-,090
Test Statistic		,090
Asymp. Sig. (2-tailed)		,062 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

#### Hasil Uji Normalitas P-P Plot



## Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram



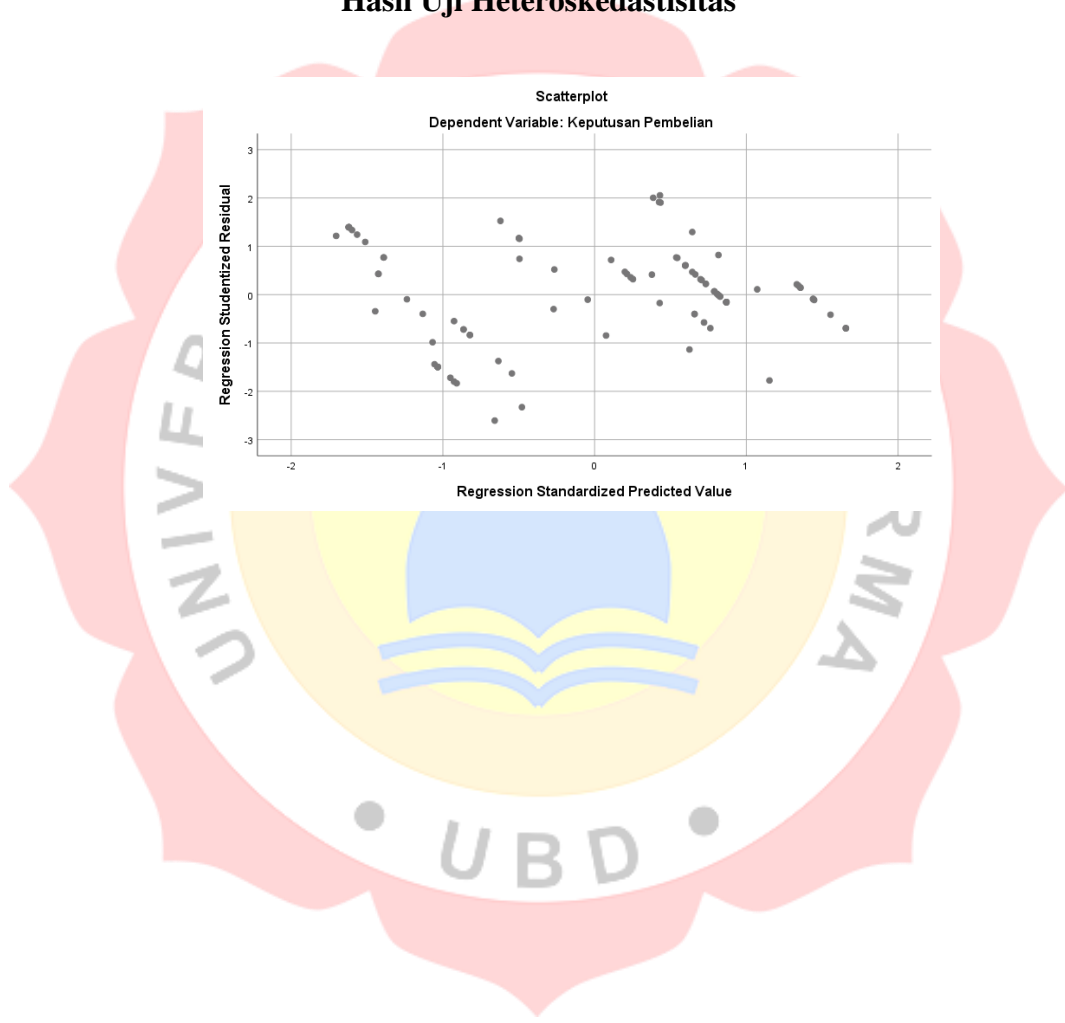
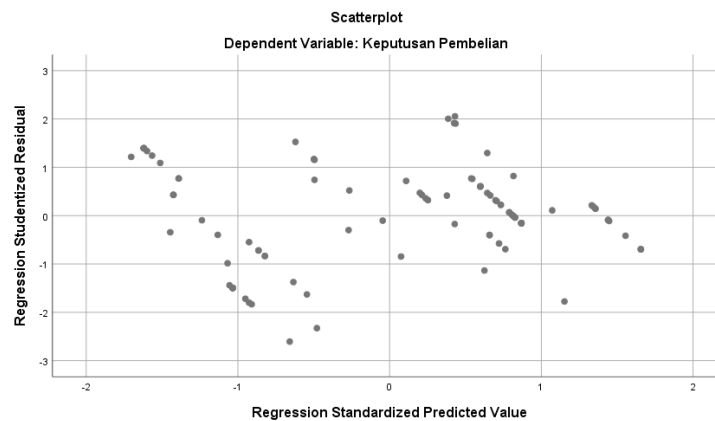
## Hasil Uji Multikolonieritas

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.		
1	(Constant)	7.089	1.460		4.854	.000		
	Digital Marketing	1.097	.050	.912	21.988	.000	1.000	1.000
2	(Constant)	4.505	1.335		3.375	.001		
	Digital Marketing	.782	.069	.650	11.364	.000	.392	2.552
	Kualitas Layanan	.415	.071	.336	5.882	.000	.392	2.552
3	(Constant)	3.204	1.355		2.366	.020		



Digital Marketing	.725	.069	.602	10.527	.000	.362	2.764
Kualitas Layanan	.366	.070	.297	5.247	.000	.370	2.700
Kemudahan Bertraksi	.140	.047	.132	2.993	.004	.611	1.637

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Lampiran 16

Hasil Uji Hipotesis

**Hasil Uji Korelasi Berganda  
Correlations**

		Keputusan Pembelian	Digital Marketing	Kualitas Layanan	Kemudaha n Bertransak si
Pearson Correlati on	Keputusan Pembelian	1,000	,912	,843	,663
	Digital Marketing	,912	1,000	,780	,595
	Kualitas Layanan	,843	,780	1,000	,582
	Kemudahan Bertransaksi	,663	,595	,582	1,000
Sig. (1- tailed)	Keputusan Pembelian	.	,000	,000	,000
	Digital Marketing	,000	.	,000	,000
	Kualitas Layanan	,000	,000	.	,000
	Kemudahan Bertransaksi	,000	,000	,000	.
N	Keputusan Pembelian	100	100	100	100
	Digital Marketing	100	100	100	100
	Kualitas Layanan	100	100	100	100
	Kemudahan Bertransaksi	100	100	100	100

### Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

#### Model Summary<sup>d</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change	Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	.912 <sup>a</sup>	.831	.830	2.944	.831	483.483	1	98	.000	
2	.936 <sup>b</sup>	.876	.873	2.541	.044	34.601	1	97	.000	
3	.941 <sup>c</sup>	.886	.883	2.443	.011	8.959	1	96	.004	2.668

a. Predictors: (Constant), Digital Marketing

b. Predictors: (Constant), Digital Marketing, Kualitas Layanan

c. Predictors: (Constant), Digital Marketing, Kualitas Layanan, Kemudahan Bertraksi

d. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

#### Hasil Uji t

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.089	1.460		4.854	.000		
	Digital Marketing	1.097	.050	.912	21.988	.000	1.000	1.000
2	(Constant)	4.505	1.335		3.375	.001		
	Digital Marketing	.782	.069	.650	11.364	.000	.392	2.552
	Kualitas Layanan	.415	.071	.336	5.882	.000	.392	2.552
3	(Constant)	3.204	1.355		2.366	.020		
	Digital Marketing	.725	.069	.602	10.527	.000	.362	2.764

Kualitas Layanan	.366	.070	.297	5.247	.000	.370	2.700
Kemudahan Bertraksi	.140	.047	.132	2.993	.004	.611	1.637

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Hasil Uji F

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4191.284	1	4191.284	483.483	.000 <sup>b</sup>
	Residual	849.556	98	8.669		
	Total	5040.840	99			
2	Regression	4414.654	2	2207.327	341.928	.000 <sup>c</sup>
	Residual	626.186	97	6.456		
	Total	5040.840	99			
3	Regression	4468.105	3	1489.368	249.643	.000 <sup>d</sup>
	Residual	572.735	96	5.966		
	Total	5040.840	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Digital Marketing

c. Predictors: (Constant), Digital Marketing, Kualitas Layanan

d. Predictors: (Constant), Digital Marketing, Kualitas Layanan, Kemudahan Bertraksi

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

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

<b>35</b>	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
<b>36</b>	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
<b>37</b>	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
<b>38</b>	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
<b>39</b>	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
<b>40</b>	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

**Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)**

<b>Pr</b>	<b>0.25</b>	<b>0.10</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.001</b>
<b>df</b>	<b>0.50</b>	<b>0.20</b>	<b>0.10</b>	<b>0.050</b>	<b>0.02</b>	<b>0.010</b>	<b>0.002</b>
<b>41</b>	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
<b>42</b>	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
<b>43</b>	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
<b>44</b>	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
<b>45</b>	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
<b>46</b>	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
<b>47</b>	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
<b>48</b>	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
<b>49</b>	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
<b>50</b>	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
<b>51</b>	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
<b>52</b>	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
<b>53</b>	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
<b>54</b>	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
<b>55</b>	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
<b>56</b>	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
<b>57</b>	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
<b>58</b>	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
<b>59</b>	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
<b>60</b>	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
<b>61</b>	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
<b>62</b>	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
<b>63</b>	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
<b>64</b>	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
<b>65</b>	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)**

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

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

<b>47</b>	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
<b>48</b>	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
<b>49</b>	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
<b>50</b>	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

**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
<b>51</b>	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
<b>52</b>	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
<b>53</b>	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
<b>54</b>	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
<b>55</b>	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
<b>56</b>	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
<b>57</b>	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
<b>58</b>	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
<b>59</b>	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
<b>60</b>	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
<b>61</b>	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
<b>62</b>	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
<b>63</b>	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
<b>64</b>	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
<b>65</b>	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
<b>66</b>	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
<b>67</b>	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
<b>68</b>	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850

<b>69</b>	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
<b>70</b>	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
<b>71</b>	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
<b>72</b>	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
<b>73</b>	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
<b>74</b>	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
<b>75</b>	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
<b>76</b>	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
<b>77</b>	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
<b>78</b>	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

Titik Persentase Distribusi f  
 Probabilita = 0.05

Diproduksi oleh, Junaidi

<http://junaidihaniago.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	6.26	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

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
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

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
136	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
137	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	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74





<b>175</b>	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
<b>176</b>	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
<b>177</b>	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
<b>178</b>	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
<b>179</b>	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
<b>180</b>	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

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

