BAB V

PENUTUP

A. **Kesimpulan**

Berikut kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian Holland Bakery cabang Aeropolis.:

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai koefisien determinasi $(\mathbf{R}^2)$ sebesar 0,575 . Dalam hal ini memiliki arti besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ialah sebesar 57,5% sedangkan sisanya (100% - 57,5% = 42,5%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini. Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar sebesar 11,522 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,660 dengan taraf signifikasi 0,000 < 0,05 yang artinya memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

2. Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,792. Dalam hal ini memiliki arti besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ialah sebesar 79,2% sedangkan sisanya (100% - 79,2% = 20,8%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini. Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai t hitung

sebesar sebesar 19,316 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,660 dengan taraf signifikasi 0,000 < 0,05 yang artinya memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

3. Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,706. Dalam hal ini memiliki arti besarnya pengaruh kualitas promosi terhadap keputusan pembelian ialah sebesar 70,6% sedangkan sisanya (100% - 70,6% = 29,4%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini. Hal ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel promosi terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar sebesar 15,330 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,660 dengan taraf signifikasi 0,000 < 0,05 yang artinya memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

4. Terdapat pengaruh signifikan pada variabel harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian *Holland Bakery* cabang aeropolis dengan hasil perhitungan diperoleh dari nilai F hitung sebesar 200,981 > F tabel 1,93 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05. Juga nilai besarnya pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi, terhadap keputusan pembelian ialah 86,3% yang berarti apabila harga, kualitas produk, dan promosi dari *Holland Bakery* itu tinggi maka keputusan pembelian pun juga akan tinggi, begitupun juga sebaliknya.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut implikasi yang dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. **Implikasi Teoritis**

   Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, implikasi secara teoritis tersebut yaitu terdapat pengaruh secara simultan antara harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian *Holland Bakery* cabang Aeropolis. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 200,981 yang dimana lebih besar dari F tabel sebesar 1,93. Namun bila dilihat secara parsial pada variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 11,522 yang dimana lebih besar dari t tabel sebesar 1,660. Lalu kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 19,316 yang dimana lebih besar dari t tabel sebesar 1,660. Dan promosi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 15,330 yang dimana lebih besar dari t tabel sebesar 1,660. Dengan begitu menunjukan bahwa pelanggan *Holland Bakery* cabang Aeropolis merasa puas karena kualitas produk yang diberikan. Selain itu harga dan promosi juga membuktikan bahwa bisa menjadi pertimbangan terhadap keputusan pembelian.

2. **Implikasi Manajerial**

   Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, dapat ditemukannya implikasi manajerial bahwa variabel harga, kualitas produk, dan promosi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan

Pembelian berdasarkan dari hasil uji t terhadap variabel masing-masing. Dengan begitu seluruh gerai *Holland Bakery* di Tangerang harusnya dapat meningkatkan lagi faktor-faktor yang menjadi pengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Implikasi Metodologi

Pada penelitian ini, penulis telah melakukan penelitian melalui sampel sebanyak 100 responden. Untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan pada penelitian berlangsung. Penulis menggunakan kuesioner dengan membuat pernyataan pada setiap variabel, 10 pernyataan pada variabel harga (X1), 10 pernyataan pada variabel kualitas produk (X2) , 10 pernyataan pada variabel promosi (X3), dan 10 pernyataan pada variabel keputusan pembelian (Y). Dengan total 40 pernyataan yang disebarkan kepada 100 responden melalui teknik *snowball* sampling yang berarti suatu teknik menentukan sampel yang awalnya berjumlah kecil dan lama-kelamaan menjadi besar.

C. Saran

Berikut adalah hasil penelitian yang dapat dibuat oleh peneliti sehubungan dengan temuan penelitian dan kesimpulan yang telah dibahas sebelumnya.:

1. Bagi Perusahaan

Jika dilihat dari hasil dan data penelitian yang telah di analisis, maka penulis menyarankan kepada pihak *Holland Bakery* dari segi harga untuk tetap memberikan harga yang bervariasi dan sesuai pada setiap produknya

dan juga memberikan harga yang terjangkau untuk para konsumennya, sehingga dari hal tersebut bisa meningkatkan keputusan pembelian pada pelanggannya. Lalu dari segi kualitas produk perlu ditingkatkan lagi agar para konsumen mendapatkan kualitas produk yang sesuai sehingga dapat melakukan pembelian ulang.

Kemudian dari segi promosi *Holland Bakery* juga perlu meningkatkan lagi, agar dapat meningkatkan penjualan. Oleh karena itu apabila promosi yang dilakukan pihak *Holland Bakery* bervariasi, maka akan membuat konsumen tertarik dan tidak akan segan untuk melakukan pembelian kembali.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap agar penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi terutama apabila menggunakan variabel harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Namun dengan objek penelitian serta bentuk pernyataannya di dalam kuesioner yang berbeda agar ada variasi terhadap masalah yang diteliti dan dapat meningkatkan pengetahuan pada setiap orang yang membaca skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

Bairizki, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Mataram, A. (n.d.). *PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI KASUS PADA UD RATNA CAKE & COOKIES)*.

Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, *16*(2), 63. https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392

Eso Hernawan. (2019a). *193Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie SedapDi Tangerang*.

Eso Hernawan. (2019b). *data analisis*.

Hernawan, E. (2019a). Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Di Tangerang. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *17*(2). https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.164

Hernawan, E. (2019b). Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Di Tangerang. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *17*(2), 57–73.

Hernawan, E., & Andy. (2018). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen gerai Alfamidi Taman Royal Tangerang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *16*.

Kesuma, M., Dessy Fitria, ;, Ulil, ; Ahmad, Al Umar, A., Ekonomi, F., Islam, B., & Salatiga, I. (n.d.). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PATTAYA CORNER KOTA SALATIGA*.

Novianty, S., & Kusnawan, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Online Tokopedia. *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis*, *2 No 2*(2022-10–15).

Oktaviani, S., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*, *10*(2).

Parameswari, R., & Ginny, P. L. (2022). The Effect Of Paylater Payment Methods On The Increase Of Impulse Purchases. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *20*(2). https://doi.org/10.31253/pe.v20i2.1183

Parameswari, R., Silaswara, D., & Andy, A. (2021). Swot Analysis Of Small And Medium Micro Business Development In Jatiuwung District, Tangerang City.

Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis, *19*(2). https://doi.org/10.31253/pe.v19i2.594

Pasaribu, Frans Talu,Kusnawan Agus. (2022). Pengaruh Pemasaran Secara Digital , Harga , dan Promosi Summer Sale di Platform Steam Pada Terhadap Keputusan Pembelian Steam E-Wallet. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(2).

Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, *5*(2). https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185

Prof.Dr.Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (ke-2). ALFABETA.

Pujiarti, P., Parameswari, R., & Janamarta, S. (2021). Performance Appraisal Standardization Of Educational Manpower And Education Management. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *19*(1). https://doi.org/10.31253/pe.v19i1.510

Sabella, F., & Parameswari, R. (2022). Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Esteh Indonesia. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, *1*(https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/emabi/issue/view/72).

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€). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(1), 842–848.

Silaswara, D., Parameswari, R., & Kusnawan, A. (2021). Analisa Keberhasilan Program Pelatihan menggunakan Webinar di Masa Pandemi Covid-19. *ECo-Buss*, *4*(2). https://doi.org/10.32877/eb.v4i2.226

Veronika, A., & Hernawan, E. (2022). PengaruhNHarga, NPromosi, NDan KualitasNPelayanan TerhadapNKeputusan PembelianNPada AplikasiNOnline Grabfood. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(2), 1054–1061.

Wijaya, J. A., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Promosi, Fitur, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pemilihan Google Ads Sebagai Digital Marketing. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, *1*(2).

Wijaya, S., & Kusnawan, A. (2022). Pengaruh Diskon, Promosi, Digital Marketing, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee Kota Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(2).

Zakky. (2020). Pengertian Observasi Menurut Para Ahli dan Secara Umum. *Www.Zonareferensi.Com*.

Bairizki, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Mataram, A. (n.d.). *PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI KASUS PADA UD RATNA CAKE & COOKIES).*

Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE SHOPEE. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, *16*(2), 63. https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.162.392

Eso Hernawan. (2019a). *193Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie SedapDi Tangerang*.

Eso Hernawan. (2019b). *data analisis*.

Hernawan, E. (2019a). Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Di Tangerang. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *17*(2). https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.164

Hernawan, E. (2019b). Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Di Tangerang. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *17*(2), 57–73.

Hernawan, E., & Andy. (2018). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen gerai Alfamidi Taman Royal Tangerang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *16*.

Kesuma, M., Dessy Fitria, ;, Ulil, ; Ahmad, Al Umar, A., Ekonomi, F., Islam, B., & Salatiga, I. (n.d.). *PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PATTAYA CORNER KOTA SALATIGA*.

Novianty, S., & Kusnawan, A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Online Tokopedia. *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis*, *2 No 2*(2022-10–15).

Oktaviani, S., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lunica. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*, *10*(2).

Parameswari, R., & Ginny, P. L. (2022). The Effect Of Paylater Payment Methods On The Increase Of Impulse Purchases. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *20*(2). https://doi.org/10.31253/pe.v20i2.1183

Parameswari, R., Silaswara, D., & Andy, A. (2021). Swot Analysis Of Small And Medium Micro Business Development In Jatiuwung District, Tangerang City. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *19*(2). https://doi.org/10.31253/pe.v19i2.594

Pasaribu, Frans Talu,Kusnawan Agus. (2022). Pengaruh Pemasaran Secara Digital , Harga , dan Promosi Summer Sale di Platform Steam Pada Terhadap Keputusan Pembelian Steam E-Wallet. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(2).

Pranatawijaya, V. H., Widiatry, W., Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, *5*(2). https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185

Prof.Dr.Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (ke-2). ALFABETA.

Pujiarti, P., Parameswari, R., & Janamarta, S. (2021). Performance Appraisal Standardization Of Educational Manpower And Education Management. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *19*(1). https://doi.org/10.31253/pe.v19i1.510

Sabella, F., & Parameswari, R. (2022). Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Esteh Indonesia. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, *1*(https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/emabi/issue/view/72).

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€). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(1), 842–848.

Silaswara, D., Parameswari, R., & Kusnawan, A. (2021). Analisa Keberhasilan Program Pelatihan menggunakan Webinar di Masa Pandemi Covid-19. *ECo-Buss*, *4*(2). https://doi.org/10.32877/eb.v4i2.226

Veronika, A., & Hernawan, E. (2022). PengaruhNHarga, NPromosi, NDan KualitasNPelayanan TerhadapNKeputusan PembelianNPada AplikasiNOnline Grabfood. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(2), 1054–1061.

Wijaya, J. A., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Promosi, Fitur, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Pemilihan Google Ads Sebagai Digital Marketing. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, *1*(2).

Wijaya, S., & Kusnawan, A. (2022). Pengaruh Diskon, Promosi, Digital Marketing, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee Kota Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, *2*(2).

Zakky. (2020). Pengertian Observasi Menurut Para Ahli dan Secara Umum. *Www.Zonareferensi.Com*.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama   : Michael Anggranov Sidharta

Tempat, Tanggal Lahir   : Tangerang, 13 Desember 2001

Jenis Kelamin   : Laki-laki

Agama   : Buddha

Kewarganegaraan	: Indonesia
Alamat	: Jl. Pelita Raya No. 20 Kec. Neglasari Kel.
Mekarsari	
Nomor Telepon	: 0877-1201-3129
Email	: Zerooman13@gmail.com
IPK	: -

Riwayat Pendidikan

SD	: SD Ariya Metta
SMP	: SMP Ariya Metta
SMA/SMK	: SMK Ariya Metta
Perguruan Tinggi	: Universitas Buddhi Dharma Tangerang

LAMPIRAN

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap

Keputusan Pembelian di *Holland Bakery* cabang Aeropolis

Responden yang terhormat, izinkan saya memperkenalkan

diri. Saya Michael Anggranov Sidharta, mahasiswa program studi

Manajemen Bisnis bidang Pemasaran Universitas Buddhi Dharma.

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir berbentuk skripsi di

Universitas Buddhi Dharma yang berjudul "Pengaruh Harga,

Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di

Holland Bakery" saya selaku penulis mengharapkan ketersediaan

Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini secara menyeluruh dengan

tepat dan sebenar-benarnya. Atas waktu dan perhatian Saudara/i

saya ucapkan terima kasih.

Penulis

Michael Anggranov Sidharta
20190500148

Data Responden

Berilah tanda (✓) pada kolom yang telah disediakan dibawah ini:

Jenis kelamin : ☐ Laki-laki

☐ Perempuan

Usia : ☐ < 15 Tahun

☐

16 – 25 Tahun

☐ 26 – 35 Tahun

☐ 36 – 50 Tahun

☐ > 50 tahun

Pernah membeli produk Holland Bakery : ☐ Pernah

☐ Tidak Pernah

Petunjuk Pengisian

Terdapat 5 pilihan jawaban, lalu pilih satu dari setiap pernyataan, yaitu:

1 = Sangat Tidak Setuju   (STS)

2 = Tidak Setuju   (TS)

3 = Cukup Setuju   (CS)

4 = Setuju   (S)

5 = Sangat Setuju   (SS)

HARGA (X1)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)
1	Holland Bakery Cabang Aeropolis Di Kota Tangerang menawarkan harga yang terjangkau oleh semua kalangan					
2	Holland Bakery Cabang Aeropolis Di Kota Tangerang memberikan harga yang bervariasi sesuai dengan menu yang ditawarkan					
3	Harga keseluruhan produk di Holland Bakery Cabang Aeropolis lebih terjangkau					
4	Holland Bakery Cabang Aeropolis menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas produknya					
5	Harga di Holland Bakery Cabang Aeropolis pernah memberikan diskon harga					
6	Harga di Holland Bakery cabang Aeropolis sesuai dengan kualitas produk yang selalu di produksi setiap harinya					
7	Harga yang ditawarkan di Holland Bakery dapat bersaing dengan Bakery lainnya					
8	Sistem pembayaran di holland bakery sangat flexibel					
9	Harga kue yang ditawarkan oleh Holland Bakery lebih ekonomis dari kue di bakery lainnya					
10	Harga yang ditawarkan di Holland Bakery cabang Aeropolis sesuai dengan harga dipasarannya					

KUALITAS PRODUK (X2)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)
1	Holland Bakery cabang Aeropolis menawarkan rasa makanan yang lezat					
2	Ukuran roti di Holland Bakery cabang Aeropolis beragam macam					
3	Holland Bakery cabang Aeropolis tidak hanya menjual produk bakery saja, mereka juga menjual jajanan pasar					
4	Holland Bakery cabang Aeropolis sering membuat parsel makanan dalam berbagai event					
5	Pembuatan bakery di Holland Bakery cabang Aeropolis sangat higienis					
6	Roti yang dijual di Holland Bakery cabang Aeropolis lebih bervariasi dalam rasa					
7	Rasa di setiap produknya berbeda, sesuai dengan nama produknya					
8	Produk yang ditawarkan oleh Holland Bakery tidak mudah basi					
9	Holland Bakery cabang Aeropolis selalu menjaga kualitas produk yang dijual					
10	Bentuk roti Holland Bakery cabang Aeropolis cukup unik					

PROMOSI (X3)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)
1	Holland Bakery cabang Aeropolis mempromosikan dirinya melalui media sosial					
2	Iklan di Holland Bakery cabang Aeropolis memberikan ketertarikan customer untuk berbelanja					
3	Holland Bakery cabang Aeropolis juga memasang poster di depan toko jika sedang melakukan promosi					
4	Pembelian produk Holland Bakery cabang Aeropolis lebih mudah karena dapat melalui via online					
5	Promosi melalui iklan membuat keuntungan yang lebih bagi Holland Bakery Cabang Aeropolis					
6	Holland Bakery cabang Aeropolis memberikan diskon harga dengan minimal berbelanja dengan nominal tertentu					
7	Holland Bakery cabang Aeropolis memberikan diskon dengan cara melakukan pembayaran dengan kartu kredit tertentu					
8	Jika melalukan pembelian via ojek online dapat menggunakan diskon yang tersedia dengan minimal nominal tertentu					
9	Holland Bakery cabang Aeropolis melakukan promosi untuk lebih dekat dengan pelanggan					
10	Holland Bakery cabang Aeropolis melakukan promosi untuk membuatnya lebih terkenal dimasyarakat sekitar					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)
1	Pelanggan melakukan pembelian di Holland Bakery cabang Aeropolis karena pilihan produk yang bervariasi					
2	Pelanggan melakukan pembelian di Holland Bakery cabang Aeropolis karena menjual banyak pilihan rasa kue dan roti yang beragam					
3	Pelanggan melakukan pembelian di Holland Bakery cabang Aeropolis karena tersedia juga jajanan pasar					
4	Pelanggan melakukan pembelian di Holland Bakery cabang Aeropolis karena memiliki tempat parkir yang cukup luas					
5	Pelanggan membeli produk di Holland Bakery cabang Aeropolis karena nama Holland Bakery sendiri sudah terkenal					
6	Pelanggan melakukan pembelian di Holland Bakery cabang Aeropolis karena lokasinya mudah ditemukan					
7	Pelanggan Holland Bakery cabang Aeropolis dapat melakukan pembelian via ojek online maupun secara offline serta delivery					
8	Pelanggan melakukan pembelian di Holland Bakery cabang Aeropolis karena memiliki jam operasional yang cukup panjang yaitu dari jam 07.00 sampai 21.00					
9	Pelanggan melakukan pembelian di Holland Bakery cabang Aeropolis karena ada diskon dengan minimal jumlah pembelian tertentu					
10	Holland Bakery cabang Aeropolis menyediakan metode pembayaran dengan tunai maupun non tunai					

TABEL JAWABAN RESPONDEN

Data Penelitian Kuesioner Pada Varibel Harga (X1)

No Responden	Harga (X1)										Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	4	4	5	3	5	5	4	4	5	5	44
7	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	37
8	3	4	2	4	3	2	4	5	3	5	35
9	4	3	4	5	5	4	3	5	3	5	41
10	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	37
11	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	36
12	4	4	3	4	4	3	5	5	3	3	38
13	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38
14	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
15	2	4	3	4	4	3	3	5	2	4	34
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
18	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	41
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	45
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44
24	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	47
25	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	43
26	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
31	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	44
32	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
33	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46

36	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	43
37	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	44
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	41
40	4	5	4	5	3	5	4	4	5	4	43
41	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	41
42	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	41
43	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	44
44	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	44
45	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	43
46	4	4	5	5	4	4	3	2	5	4	40
47	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	44
48	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	40
49	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	45
52	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	44
53	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
54	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	42
55	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	41
56	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	44
57	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	42
58	4	3	5	4	4	5	5	4	5	4	43
59	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43
60	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	44
61	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	45
62	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	45
63	4	4	4	4	5	3	3	4	4	5	40
64	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	44
65	4	5	4	4	5	5	5	4	3	5	44
66	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	44
67	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	44
68	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	40
69	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	45
70	4	5	4	5	3	4	5	5	5	4	44
71	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	44
72	4	4	4	5	3	4	5	4	5	5	43
73	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	40
74	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	43
75	4	4	4	3	5	4	5	3	4	5	41
76	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
77	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	45

78	3	4	3	5	5	4	5	5	4	5	43
79	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
80	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	45
81	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	42
82	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	44
83	5	4	4	5	4	5	3	3	4	5	42
84	4	4	4	3	5	5	5	4	5	4	43
85	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	42
86	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	44
87	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	43
88	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	43
89	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	41
90	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	44
91	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
92	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	43
93	5	5	3	4	4	4	5	5	3	4	42
94	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	45
95	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	44
96	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	43
97	4	4	5	3	5	4	4	4	5	5	43
98	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
99	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	40
100	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	42

Data Penelitian Kuesioner Pada Varibel Kualitas Produk (X2)

No Responden	Kualitas Produk (X2)										Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	42
3	4	5	5	5	3	4	5	5	4	4	44
4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	47
7	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
8	4	5	5	4	3	2	4	3	4	2	36
9	4	5	5	5	5	3	4	3	5	4	43
10	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	40
11	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	34
12	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
13	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	40
14	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
15	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	33
16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
17	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	39
18	5	5	4	3	5	5	5	2	4	3	41
19	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
20	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	44
21	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
25	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
26	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	44
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	34
31	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
32	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
36	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	44
37	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	44
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

39	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	44
40	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	43
41	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	45
42	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	44
43	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	43
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	44
46	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
47	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	44
48	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	43
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	42
52	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	44
53	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	45
54	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	42
55	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	44
56	5	4	4	5	4	3	5	4	5	4	43
57	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
58	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	45
59	4	5	4	4	5	4	4	5	3	5	43
60	5	4	4	4	4	5	5	4	5	3	43
61	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	46
62	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	42
63	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	45
64	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	42
65	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	45
66	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43
67	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	44
68	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	43
69	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	44
70	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47
71	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	45
72	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	43
73	3	4	4	4	5	4	5	3	4	4	40
74	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	40
75	4	5	5	4	4	5	5	5	3	3	43
76	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	44
77	5	3	5	3	4	4	5	4	4	3	40
78	4	4	5	4	5	4	5	2	3	5	41
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
80	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	47

81	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
82	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	44
83	5	4	3	4	4	5	5	3	5	4	42
84	4	5	4	3	5	4	4	4	5	3	41
85	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45
86	5	4	4	4	5	3	5	5	4	4	43
87	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	46
88	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	45
89	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	46
90	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	44
91	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	45
92	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	44
93	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	42
94	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
95	4	5	4	4	3	5	5	4	4	5	43
96	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	43
97	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	43
98	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	45
99	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
100	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	41

Data Penelitian Kuesioner Pada Varibel Promosi (X3)

No Responden	Promosi (X3)										Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
6	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47
7	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
8	3	2	3	2	4	2	2	5	3	3	29
9	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	34
10	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
11	3	4	3	4	4	3	3	2	3	4	33
12	3	3	4	3	5	3	3	3	3	3	33
13	3	3	5	5	4	3	3	3	3	3	35

14	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	40
15	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	34
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	34
18	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	38
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
20	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	43
21	3	4	3	3	2	2	2	4	3	2	28
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	4	4	4	1	4	5	4	38
24	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	45
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
31	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
32	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
33	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
36	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	46
37	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	47
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	45
40	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	44
41	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	42
42	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	42
43	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	44
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	5	5	4	5	4	2	5	4	5	4	43
46	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	45
47	5	3	4	5	5	4	5	5	4	3	43
48	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	44
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
51	5	4	4	5	4	4	5	3	5	4	43
52	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44
53	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	47
54	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	42
55	5	4	3	4	5	5	4	2	4	4	40

56	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	40
57	4	4	4	4	3	4	5	5	3	4	40
58	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	42
59	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
60	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	45
61	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	43
62	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	41
63	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	43
64	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
65	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	46
66	4	5	4	4	5	5	3	4	5	4	43
67	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	45
68	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	44
69	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	45
70	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
71	5	5	5	4	5	5	3	5	5	4	46
72	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	38
73	5	3	4	5	5	3	4	5	5	4	43
74	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	44
75	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	41
76	4	4	5	4	5	3	5	5	4	4	43
77	5	3	4	4	5	3	4	4	4	4	40
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
79	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	36
80	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	45
81	4	5	4	3	5	4	5	4	4	4	42
82	4	5	5	5	3	4	4	5	4	4	43
83	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
84	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	44
85	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
86	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	46
87	4	5	4	5	5	4	3	5	5	5	45
88	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	43
89	4	4	3	4	5	4	4	4	5	5	42
90	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
91	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	45
92	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	43
93	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
94	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
95	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	43
96	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
97	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44

98	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
99	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	45
100	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	44

Data Penelitian Kuesioner Pada Varibel Keputusan Pembelian

No Responden	Keputusan Pembelian (Y)										Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	
1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	45
7	4	3	4	4	3	5	4	5	4	4	40
8	2	4	4	5	3	4	5	5	2	5	39
9	5	4	5	5	3	4	5	4	3	5	43
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	37
12	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	39
13	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	40
14	4	5	3	4	5	5	4	5	3	5	43
15	4	4	4	4	3	3	3	4	3	5	37
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	43
19	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
20	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45
21	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	35
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
26	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	47
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48

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

72	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	41
73	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	44
74	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	43
75	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
76	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	44
77	5	4	4	3	5	3	4	4	5	4	41
78	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	46
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
80	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	45
81	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	46
82	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45
83	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	43
84	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	44
85	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	45
86	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	44
87	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	45
88	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	46
89	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	44
90	5	4	5	5	4	5	3	4	5	4	44
91	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
92	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	44
93	5	4	4	4	3	5	5	4	3	5	42
94	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	43
95	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	44
96	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	42
97	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	43
98	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	43
99	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
100	5	4	3	4	5	3	5	4	5	5	43

Tabel R df = 1 – 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
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
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 t untuk df = 1-100

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470

12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
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
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 |

Tabel F Untuk probabilitas = 0.05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)									
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14

33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96

75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93