

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berlandaskan perolehan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada konsumen online shop shopee mengenai “ Pengaruh *Online Costumer Review*, Kualitas Produk, Harga Terhadap Minat Beli ( Studi Kasus Pada Pelanggan Di Kota Tangerang) maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hal ini dapat di buktikan dengan hasil uji T yang secara parsial memenuhi syarat pengujian, dengan diperoleh t- hitung sebesar 17,857 dengan signifikansi 0,000 Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif kepada minat beli, karena signifikan lebih besar 0,05 dan t hitung > r tabel sehingga H1 diterima.
2. Hal ini dapat di buktikan dengan hasil uji T yang secara parsial memenuhi syarat pengujian, dengan diperoleh t- hitung sebesar 4,878 dengan signifikansi 0,000 Maka dapat disimpulkan bahwa online costumer review berpengaruh positif kepada minat beli, karena signifikan lebih kecil 0,05 dan t hitung > r tabel sehingga H2 diterima.
3. Hal ini dapat di buktikan dengan hasil uji T yang secara parsial memenuhi syarat pengujian, dengan diperoleh t- hitung sebesar 4,114 dengan signifikansi 0,000 Maka dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif kepada minat beli, karena signifikan lebih kecil dari

0,05 dan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka  $H_0$  diterima berpengaruh positif kepada minat beli, karena signifikan lebih kecil 0,05 dan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel sehingga  $H_3$  diterima

4. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan

$H_1$  : Online Customer Review berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Marketplace Shopee.

$H_2$  : Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Marketplace Shopee.

$H_3$  : Harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Marketplace Shopee.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, kesimpulan serta keterbatasan penelitian, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Shopee di harapkan dapat meningkatkan Kualitas Produk, Harga, *Online Customer Review* agar konsumen semakin tertarik untuk melakukan pembelian. Dengan berinovasi , mengembangkan, dan mempertahankan kualitas produk dan memberikan perhatiannya pada produk Shopee. Jika dari sisi harga dan *online customer review* perusahaan harus mampu mempertahankan dan meningkatkannya. Konsumen tidak bisa di ukur hanya dari keahlian dan kepercayaannya tetapi juga di nilai dengan kenarikan

dengan menekankan pada pemberian kualitas produk , harga yang dilakukan, pemanfaatan *online costumer review* yang baik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen agar pelanggan semakin percaya terhadap perusahaan.

## 2. Bagi Universitas Buddhi Dharma

Dari Hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis mengharapkan bahwa akan dapat menambah ilmu pengetahuan , dan pengalaman dalam mengaplikasikan teori yang telah terima di Universitas Buddhi Dharma (UBD) serta di imbangi dengan praktek yang ada diperusahaan.

## 3. Bagi peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah variabel independen lain seperti menambah variabel kualitas produk , harga , dan *online costumer review* . Dengan harapan hasil penelitian selanjutnya dapat lebih baik Populasi dan sampel penelitian lebih di perluas, tidak hanya kalangan masyarakat kota Tangerang namun juga kalangan masyarakat luas dan sebagainya agar hasil penelitian selanjutnya lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. N., Dianingati, R. S., & Annisaa', E. (2022). Pengaruh Jumlah Responden terhadap Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan dan Perilaku Swamedikasi. *Generics: Journal of Research in Pharmacy*, 2(1). <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>
- Brama Kumbara, V. (2021). DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN: ANALISIS KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN ENDORSE. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Campbell, S., Greenwood, M., Prior, S., Shearer, T., Walkem, K., Young, S., Bywaters, D., & Walker, K. (2020). Purposive sampling: complex or simple? Research case examples. *Journal of Research in Nursing*, 25(8). <https://doi.org/10.1177/1744987120927206>
- Effendi, S., Faruqi, F., Mustika, M., & Salim, R. (2020). Pengaruh Promosi Penjualan, Electronic Word of Mouth dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Pembelian Impulsif pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 17(02). <https://doi.org/10.36406/jam.v17i02.332>
- Ghozali, I. (2018). Ghozali 2018. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Hidayat, A., & Hartanto, G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung. *ECo-Buss*, 2(1). <https://doi.org/10.32877/eb.v2i1.95>
- Iliah, L. R., & Aswad, M. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impulsif Secara Online Pada Masyarakat Kabupaten Kediri. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(3).
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2). <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Lengkawati, A. S. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Prismakom*, 18(1).
- Meiryani. (2021). Memahami Uji Heteroskedastisitas Dalam Model Regresi. *Binus University*.
- Meriyani. (2021). *Memahami Uji F (Uji Simultan) Dalam Regresi Linear*. School Of Accounting Binus University.
- Novia, A. D. (2018). Analisis Perbandingan Uji Autokorelasi Durbin- Watson dan Breusch - Godfrey. *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- 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).
- Puspitasari Sulistyaningrum, R., & Widowati, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Emosional, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen The Kitchen of Raminten Yogyakarta. *Tahun*, 1(1).
- R, A. S., Hadijati, M., & Switrayni, N. W. (2019). Analisis Masalah

- Heteroskedastisitas Menggunakan Generalized Least Square dalam Analisis Regresi. *EIGEN MATHEMATICS JOURNAL*.  
<https://doi.org/10.29303/emj.v1i2.43>
- Santoso, I., & Madiistriyatno, H. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sembiring, M., & Purba, B. (2019). Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Jasa pada PT.Prudential Life Assurance Kabanjahe. *Regionomic*, 1(1).
- Sugandha, Wato Tholok, F., Janamarta, S., Hanitha, V., Wibowo, F. P., & Yoyo, T. (2022). Penerapan Strategi E-Commerce Dalam Meningkatkan Penjualan Bagi Pelaku Umkm Pemuda-Pemudi di Kelurahan Kotabumi Kecamatan Pasar Kemis Kabupaten Tangerang. *Abdi Dharma*, 2(2).  
<https://doi.org/10.31253/ad.v2i2.1736>
- Sugiono. (2017). Sugiyono, 2017:60. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Journal of the Chinese Medical Association* (Vol. 83, Issue 3).
- 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). <https://doi.org/10.32877/eb.v3i2.191>
- Widiyanto, G., Satrianto, H., & Wibowo, F. P. P. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UKM Pembuatan Makanan Ringan dan Snack). *ECo-Buss*, 3(3). <https://doi.org/10.32877/eb.v3i3.208>
- Wijaya, S., & Kusnawan, A. (2022). Pengaruh Diskon, Promosi, Digital Marketing, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee Kota Tangerang. In *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis* (Vol. 2, Issue 2).
- Zahra, R., & Rina, N. (2018). Alpha Cronbach. *Lontar*, 6(3).  
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210921143619-37-277966/ini-dia-jawara-baru-e-commerce-indonesia>

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Pribadi

Nama : Fellix Kurniawan  
Tempat, tanggal, lahir : Rangkas Bitung, 1 Januari 2000  
Jenis kelamin : Laki - Laki  
Agama : Katolik  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Jalan Elok Raya V blok F. no 19d Cipondoh, Tangerang  
Nomer telepon : 081383065500  
Email : Fellixkurniawan080@gmail.com  
Ipk terakhir : 3.02  
Riwayat Pendidikan  
SD : SD Merpati Tangerang dan tahun lulus 2013  
SMP : SMP Maria Immaculata Tangerang dan tahun lulus 2016  
SMK : SMA Poris Indah Tangerang dan tahun lulus 2019  
Riwayat Pekerjaan  
Nama Perusahaan : -  
Posisi : -  
Sejak : -



Tangerang, 5 Juli 2018  
Hormat Saya

Fellix Kurniawan  
20190500160



## LAMPIRAN

### Lampiran 1

#### Lembar Kuesioner

**PENGARUH KUALITAS PRODUK , *ONLINE COSTUMER REVIEW*,  
HARGA TERHADAP MINAT BELI MARKETPLACE SHOPEE  
( STUDI KASUS PADA PELANGGAN DI KOTA TANGERANG )**

Perkenalkan nama saya Fellix Kurniawan Mahasiswa Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma (UBD) Tangerang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul sebagai berikut :

**"Pengaruh Kualitas Produk, *Online Costumer Review*, Harga Terhadap Minat Beli Marketplace Shopee ( Studi Kasus Pada Pelanggan Di Kota Tangerang )"**. Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat yang harus saya tempuh untuk menyelesaikan studi S1 saya. Oleh karena itu , saya meminta dan memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjadi responden dalam penelitian yang sedang saya lakukan dengan mengisi kuesioner di bawah ini. Semua data dan jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i akan digunakan untuk kepentingan akademik dan akan di perlakukan sesuai dengan etika penelitian, sehingga semua data dan informasi yang diberikan akan terjaga kerahasiaannya. Atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi kuesioner ini, saya ucapkan banyak terima kasih.

### A. Petunjuk pengisian

Pada pertanyaan di bawah ini, dimohon untuk mengisi pernyataan- pernyataan tersebut. Pilih jawaban yang menurut Anda sesuai dengan kondisi yang di alami atau dirasakan, dengan cara memberikan (√) pada pilihan jawaban yang tersedia dari mulai skala 1 ( Sangat Setuju ), 2 Sangat Setuju , 3 ( kurang setuju ), 4 Sangat Tidak Setuju ) , 5

### B. Profile Responden

1. Nama Responden :

2. Jenis Kelamin :

[ Laki – Laki ] – [ Perempuan ]

3. Usia

[ 15 - 20 ]

[ 20 - 30 ]

[ 31- 45 ]

[ 46 – 50 ]

4. Pendidikan

[ SD-SMP-SMK ]

[ D1-D3 ]

[ S1 – S2 ]

5. Domisili/ Tempat Tinggal

[ Jadebotabek ]

[ Diluar Jadebotabek ]

6. Pekerjaan

[ Wiraswasta ]

[ Karyawan ]

[ Mahasiswa ]

[ Pelajar ]

Pegawai Swasta



## LAMPIRAN 1

### Pernyataan Mengenai Variabel

#### 1. Variabel Kualitas Produk ( X1 )

NO	DAFTAR PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
		Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju
1	Jenis produk yang dijual di marketplace Shopee sesuai dengan fungsi dan beraneka ragam.					
2	Marketplace Shopee memperhatikan kinerja dari sebuah produk yang di tawarkan					
3	Fitur marketplace Shopee menyediakan produk sesuai dengan kualitas					
4	Marketplace Shopee menyediakan produk sesuai dengan kualitas					
5	Marketplace Shopee menyediakan kualitas produk sesuai dengan harga					
6	Produk marketplace Shopee di sediakan sesuai dengan kebutuhan pelanggan					
7	Marketplace Shopee memperhatikan ketahanan produk untuk konsumen					
8	Marketplace Shopee menjamin produk yang di jual original					

9	Marketplace Shopee memiliki estetika desain yang menarik dan mudah dimengerti pelanggan					
10	Marketplace Shopee memiliki spesifikasi yang sesuai dengan kualitas produk.					

2. Variabel *Online Costumer Review* (X2)

NO	DAFTAR PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
		Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju
1	Saya Merasa ulasan konsumen ( review ) di marketplace Shopee memberikan daya tarik dalam berbelanja online					
2	Saya percaya fitur <i>online costumer review</i> yang diberikan oleh marketplace Shopee					
3	Membaca ulasan ( review ) online marketplace Shopee dapat memberikan manfaat mengenai informasi produk					
4	Jumlah bintang atau rating Marketplace Shopee menunjukkan kepopuleran produk.					
5	Review online pada marketplace Shopee memberikan informasi spesifik dalam menentukan pembelian					
6	Review Online pada marketplace Shopee menarik pelanggan untuk menentukan pembelian					

7	Review pelanggan pada marketplace Shopee membantu calon konsumen menentukan pembeian					
8	Pengaruh jumlah review positif di marketplace Shopee dapat membantu calon kosumen menentukan pembelian					
9	Fitur ulasan konsumen di marketplace Shopee dapat di percaya					
10	Jumlah review marketplace Shopee dapat menunjukan kualitas dari produk tersebut.					

### 3. Kuesioner Harga ( X3 )

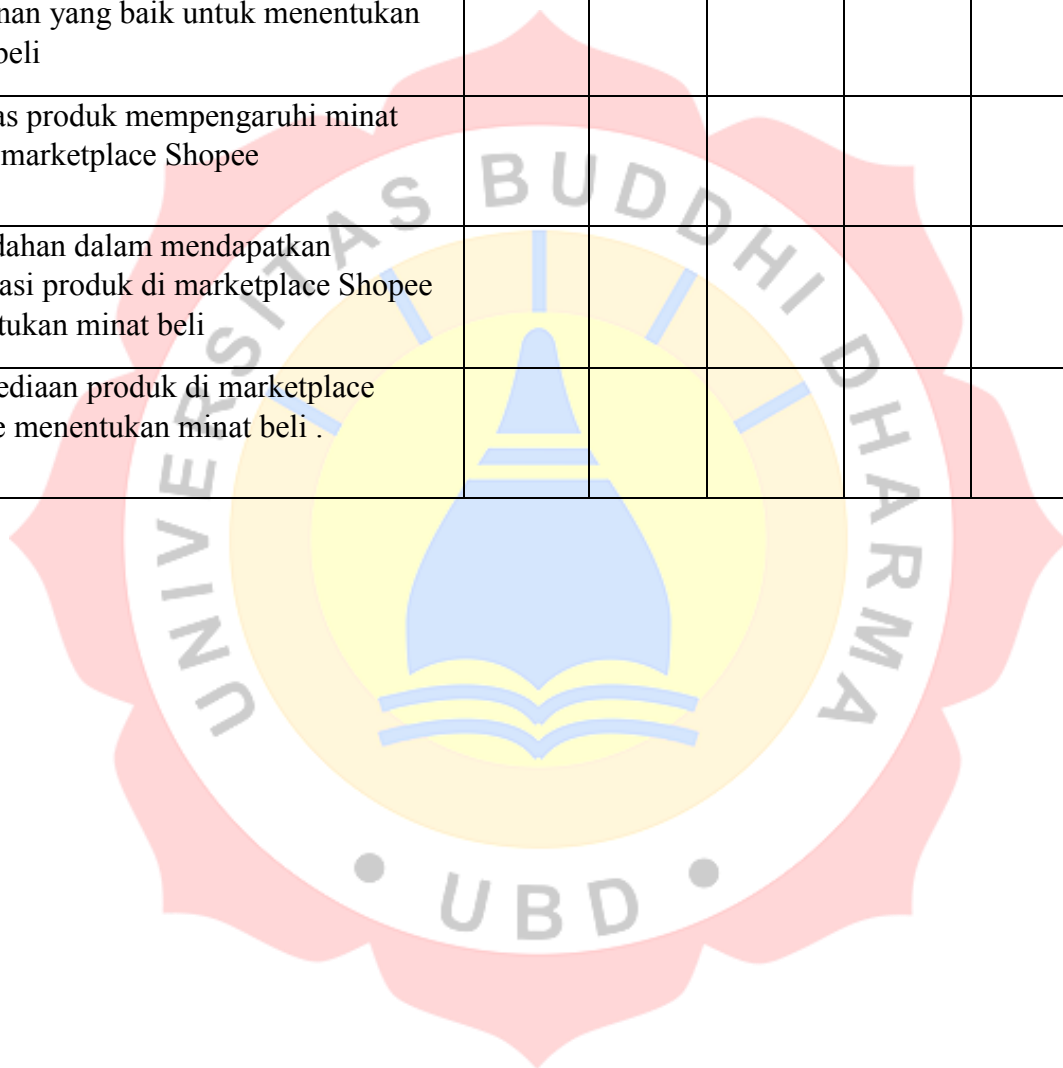
NO	DAFTAR PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
		Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju
1	Harga produk marketplace Shopee sangat terjangkau					
2	Marketplace Shopee memberikan infomasi harga yang lengkap					
3	Marketplace Shopee selalu memberikan potongan harga					
4	Marketplace Shopee memberikan fasilitas pembayaran yang lengkap ( E-wallet , Kartu Bank < Gerai, Spay Latter , dan lain – lainnya).					
5	Marketplace Shopee menyediakan kualitas produk sesuai dengan harga					

6	Marketplace Shopee mempunyai sistem pembayaran yang mudah					
7	Harga dimarketplace Shopee sangat kompetitif antara produk yang sejenisnya.					
8	Marketplace Shopee memberikan daftar harga untuk mempermudah pembelian dalam transaksi					
9	Marketplace Shopee memberikan harga sesuai dengan kualitas					
10	Marketplace Shopee memiliki spesifikasi yang sesuai dengan kualitas produk.					

#### 4. Kuesioner Minat Beli (Y)

NO	DAFTAR PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN				
		Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju
1	Jenis Produk dimarketplace Shopee dapat menentukan minat beli pelanggan					
2	Marketplace Shopee memberikan rekomendasi produk untuk mempengaruhi minat beli.					
3	Produk kebutuhan pelanggan yang disediakan marketplace Shopee dapat mempengaruhi minat beli					
4	Kemudahan dalam pencarian produk marketplace Shopee menentukan minat beli					

5	Rekomendasi produk marketplace Shopee dapat mempengaruhi minat beli					
6	Marketplace Shopee memberikan perbandingan produk lain untuk menentukan minat beli					
7	Marketplace Shopee memberikan pelayanan yang baik untuk menentukan minat beli					
8	Kualitas produk mempengaruhi minat beli di marketplace Shopee					
9	Kemudahan dalam mendapatkan informasi produk di marketplace Shopee menentukan minat beli					
10	Ketersediaan produk di marketplace Shopee menentukan minat beli .					



## Lampiran 2

### Hasil Kuesioner

No Responden	<i>Online Costumer Review ( X1)</i>										Total
1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	19
2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	13
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29
5	1	2	2	2	2	3	3	2	3	2	22
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
7	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	12
8	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	18
9	2	2	2	2	2	3	3	3	1	1	21
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
11	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	13
12	2	2	2	2	2	2	2	5	5	2	26
13	1	3	2	1	2	2	2	2	3	1	19
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
15	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	14
16	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	17
17	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	17
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
19	2	1	3	2	1	3	2	1	2	5	22
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
23	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	13
24	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	11
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
26	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
27	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	15
28	2	2	2	1	2	3	2	3	3	1	21
29	5	4	3	3	4	4	4	3	5	5	40
30	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	16
31	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	20
32	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
33	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	18
34	3	1	1	1	2	2	1	2	3	2	18
35	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	23
36	2	2	1	1	1	1	3	1	1	1	14
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
38	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	21
39	3	3	3	3	4	4	5	5	3	3	36

40	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
41	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
42	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	21
43	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	22
44	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	25
45	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	22
46	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
47	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
48	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
49	2	2	2	2	2	5	2	2	5	2	26
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
51	2	2	2	2	2	5	2	2	3	2	24
52	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
53	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
54	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
55	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
56	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
57	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
58	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	22
59	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	21
60	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
61	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
62	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
63	3	3	2	3	2	3	3	4	4	4	31
64	3	3	3	4	5	4	5	5	4	3	39
65	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
66	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	23
67	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	23
68	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
69	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
70	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	22
71	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
72	3	3	3	2	2	3	3	4	5	4	32
73	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	24
74	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
75	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
76	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	23
77	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	22
78	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
79	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
80	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
81	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	22
82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
83	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
84	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	22



85	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
86	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	22
87	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
88	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	33
89	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
90	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
91	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
92	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
93	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
94	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
95	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	23
96	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	23
97	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	21
98	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
99	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	21
100	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20

No Responden	Kualitas Produk (X2)										Total
1	3	3	4	4	2	2	4	4	2	4	32
2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	13
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	34
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
6	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	13
7	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	22
8	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	17
9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
11	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	13
12	2	2	5	2	2	2	2	5	2	5	29
13	1	3	2	3	2	2	3	3	2	2	23
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
15	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	12
16	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
17	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	17
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
19	2	3	1	2	3	1	1	4	3	1	21
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
21	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	19
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
23	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	19
24	1	1	1	2	3	2	4	5	2	2	23
25	2	3	2	2	1	2	2	3	1	2	20

26	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	20
27	2	3	3	2	2	2	3	1	1	2	21
28	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	25
29	1	2	3	2	3	1	2	4	4	2	24
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
31	1	2	2	2	3	2	1	2	2	1	18
32	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	19
33	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
34	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	27
35	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	22
36	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	23
37	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	18
38	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	21
39	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	38
40	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	25
41	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	24
42	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	25
43	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	23
44	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	25
45	3	5	4	3	5	5	3	5	5	4	42
46	4	5	5	4	4	4	3	3	4	5	41
47	4	4	4	4	5	3	3	5	4	3	39
48	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
50	3	4	3	5	3	3	3	3	4	3	34
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
52	4	4	5	3	4	4	5	4	3	3	39
53	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
55	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	25
56	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	24
57	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	23
58	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	25
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
60	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	23
61	3	4	3	4	4	5	3	5	3	4	38
62	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	24
63	3	3	4	5	4	3	4	3	5	5	39
64	3	3	3	3	5	4	3	4	5	3	36
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
68	3	3	5	4	5	5	5	4	4	4	42
69	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	24
70	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
72	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
73	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	24

74	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	32
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
76	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	22
77	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	37
78	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	23
79	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
80	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	23
81	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	21
82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
83	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	22
84	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	25
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
87	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	23
88	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	40
89	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	23
90	3	3	5	3	4	4	3	3	3	3	34
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
92	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
94	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	23
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
96	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
97	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	24
98	3	4	3	3	4	5	5	3	3	4	37
99	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	38
100	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20



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

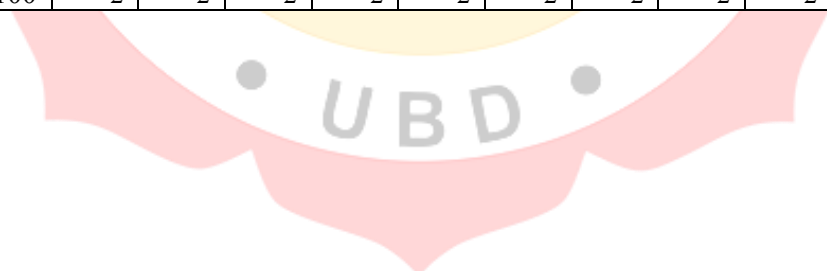




21	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	24
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
23	2	2	2	1	3	2	1	1	2	2	18
24	3	1	1	1	1	1	2	2	1	1	14
25	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	13
26	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
27	1	2	2	2	2	2	3	1	2	3	20
28	2	2	2	2	2	1	3	1	2	3	20
29	1	2	3	2	3	1	3	3	3	3	24
30	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	13
31	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	18
32	5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23
33	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	19
34	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	21
35	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
36	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	21
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
38	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
39	5	5	5	3	3	5	3	4	3	4	40
40	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	25
41	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	28
42	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	25
43	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	25
44	2	5	2	3	3	2	2	2	2	3	26
45	4	5	5	4	5	5	3	5	3	3	42
46	5	3	3	5	4	5	3	3	5	4	40
47	3	5	5	5	3	3	5	3	4	4	40
48	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
49	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	43
50	3	4	5	5	4	5	4	4	3	3	40
51	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	34
52	5	4	3	3	4	5	4	3	4	3	38
53	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
55	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	23
56	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	24
57	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	24
58	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	22
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
60	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	26
61	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	40
62	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	26
63	3	3	5	4	3	4	4	3	4	3	36
64	4	5	3	3	5	3	4	4	3	3	37
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
68	3	4	3	5	4	3	5	4	4	4	39



69	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	25
70	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
72	3	3	3	3	5	4	3	4	4	4	36
73	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	27
74	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	38
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
76	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	24
77	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	43
78	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	27
79	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
80	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
81	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
83	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	24
84	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	23
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
87	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	23
88	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	36
89	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
90	5	3	5	3	5	4	5	3	4	3	40
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
92	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
94	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	23
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
96	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	25
97	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	23
98	3	3	4	5	5	3	4	4	4	3	38
99	3	3	3	4	4	5	5	5	4	4	40
100	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20



### Lampiran 3

#### Titik Persentase Distribusi t ( df= 81 -120 )

Pr	0.25	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.5	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.6379	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	1.6632	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.1889
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	2.6322	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.3685	2.63157	3.18327
91	0.6772	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	1.6614	1.9858	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	0.677	1.29025	1.66055	1.98447	2.365	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.1746
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	0.6769	1.28991	1.65993	1.9835	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.3631	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.6595	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.9826	2.36204	2.62301	3.1689
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.3617	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	1.2893	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.6587	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.3601	2.62044	3.1646

<b>113</b>	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.3598	2.62004	3.16392
<b>114</b>	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.3595	2.61964	3.16326
<b>115</b>	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
<b>116</b>	0.67661	1.28889	1.6581	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
<b>117</b>	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.6185	3.16135
<b>118</b>	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
<b>119</b>	0.67656	1.28871	1.65776	1.9801	2.35809	2.61778	3.16013
<b>120</b>	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Sumber : <https://junaidichaniago.wordpress.com/>



## Lampiran 4

### Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
	df untuk pembilang (N1)														
df untuk															
penyebut (N2)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.1	2.7	2.47	2.31	2.2	2.11	2.04	1.98	1.94	1.9	1.86	1.83	1.8	1.78
92	3.94	3.1	2.7	2.47	2.31	2.2	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.8	1.78
93	3.94	3.09	2.7	2.47	2.31	2.2	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.8	1.78
94	3.94	3.09	2.7	2.47	2.31	2.2	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.8	1.77
95	3.94	3.09	2.7	2.47	2.31	2.2	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.8	1.77
96	3.94	3.09	2.7	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.8	1.77
97	3.94	3.09	2.7	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.8	1.77
98	3.94	3.09	2.7	2.46	2.31	2.19	2.1	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.7	2.46	2.31	2.19	2.1	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.7	2.46	2.31	2.19	2.1	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	2.3	2.19	2.1	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	2.3	2.19	2.1	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	2.3	2.19	2.1	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	2.3	2.19	2.1	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	2.3	2.19	2.1	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	2.3	2.19	2.1	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	2.3	2.18	2.1	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	2.3	2.18	2.1	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	2.3	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	2.3	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	2.3	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	2.3	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	1.8	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	1.8	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	1.8	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	1.8	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	1.8	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	1.8	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	1.8	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	1.8	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	1.8	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	1.8	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	1.8	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	1.8	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.9	1.86	1.83	1.8	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.9	1.86	1.83	1.8	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.9	1.86	1.83	1.8	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.9	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	1.9	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	1.9	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	1.9	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

Sumber : <https://junaidichaniago.wordpress.com/>

**Lampiran 5**

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

	<b>Tingkat signifikansi untuk uji satu arah</b>				
	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.0005</b>
<b>df = (N-2)</b>	<b>Tingkat signifikansi untuk uji dua arah</b>				
	<b>0.1</b>	<b>0.05</b>	<b>0.02</b>	<b>0.01</b>	<b>0.001</b>
<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	0.428
<b>55</b>	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
<b>56</b>	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.421
<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	0.411
<b>60</b>	0.2108	0.25	0.2948	0.3248	0.4079
<b>61</b>	0.2091	0.248	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	0.288	0.3173	0.3988
<b>64</b>	0.2042	0.2423	0.2858	0.315	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	0.306	0.385
<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>	0.194	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
<b>72</b>	0.1927	0.2287	0.27	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

76	0.1876	0.2227	0.263	0.29	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	0.283	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.255	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.252	0.278	0.3507
84	0.1786	0.212	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	0.343
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	0.205	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	0.168	0.1996	0.2359	0.2604	0.329
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	0.254	0.3211

Sumber : <https://junaidichaniago.wordpress.com/>