

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang telah dianalisis oleh peneliti menggunakan data penelitian pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang didapatkan terhadap Pengaruh Strategi Pemasaran, Kontrol Diri, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* Pada Generasi Z Di Kota Tangerang, adalah sebagai berikut:

1. **Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* Pada Generasi Z Di Kota Tangerang.**

Berdasarkan hipotesis penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel strategi pemasaran berpengaruh signifikan dan positif terhadap pembelian impulsif produk *fashion* Pada Generasi Z Di Kota Tangerang, dengan hasil pengujian memperlihatkan bahwa T_{hitung} strategi pemasaran lebih besar dari T_{tabel} yaitu $2,606 > 1,655$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan signifikan $0,010 < 0,05$ dengan hasil tersebut maka secara statistik menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran (X_1) berpengaruh positif terhadap Pembelian Impulsif (Y) pada produk *fashion*. Sehingga artinya ada pengaruh antara strategi pemasaran terhadap pembelian impulsif produk *fashion* Pada Generasi Z Di Kota Tangerang.

2. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* Pada Generasi Z Di Kota Tangerang

Berdasarkan hipotesis penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kontrol diri berpengaruh signifikan dan positif terhadap pembelian impulsif produk *fashion* Pada Generasi Z Di Kota Tangerang, dengan hasil pengujian memperlihatkan bahwa T_{hitung} kontrol diri lebih besar dari T_{tabel} yaitu $3,387 > 1,655$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan signifikan $0,001 < 0,05$ dengan hasil tersebut maka secara statistik menunjukkan bahwa Kontrol Diri (X_2) berpengaruh positif terhadap Pembelian Impulsif (Y) pada produk *fashion*. Sehingga artinya ada pengaruh antara kontrol diri terhadap pembelian impulsif produk *fashion* Pada Generasi Z Di Kota Tangerang.

3. Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* Pada Generasi Z Di Kota Tangerang

Berdasarkan hipotesis penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel literasi ekonomi berpengaruh signifikan dan positif terhadap pembelian impulsif produk *fashion* Pada Generasi Z Di Kota Tangerang, dengan hasil pengujian memperlihatkan bahwa T_{hitung} literasi ekonomi lebih besar dari T_{tabel} yaitu $6,174 > 1,655$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan signifikan $0,000 < 0,05$ dengan hasil tersebut maka secara statistik menunjukkan bahwa Literasi Ekonomi (X_3) berpengaruh positif terhadap Pembelian Impulsif (Y) pada produk *fashion*.

Sehingga artinya ada pengaruh antara literasi ekonomi terhadap pembelian impulsif produk *fashion* Pada Generasi Z Di Kota Tangerang.

4. Pengaruh Strategi Pemasaran, Kontrol Diri, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* Pada Generasi Z Di Kota Tangerang

Berdasarkan hipotesis penelitian yang dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel strategi pemasaran, kontrol diri, dan literasi ekonomi berpengaruh signifikan dan positif terhadap pembelian impulsif Pada Generasi Z Di Kota Tangerang, dengan hasil pengujian memperlihatkan bahwa $F_{hitung} (48,668) > \text{dari } F_{tabel} (2,66)$. Maka strategi pemasaran, kontrol diri, dan literasi ekonomi merupakan faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pembelian impulsif Pada Generasi Z Di Kota Tangerang yang terbukti berpengaruh positif dan signifikan berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan oleh peneliti.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Berdasarkan dari hipotesis dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Strategi Pemasaran, Kontrol Diri, dan Literasi Ekonomi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif produk *fashion* Pada Generasi Z Di Kota Tangerang. Sehingga secara parsial:

- a. Strategi Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian impulsif produk *fashion* yang ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} 2,606 > T_{tabel} 1,655$, dan $sig\ 0,010 < 0,05$
- b. Kontrol Diri berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif produk *fashion* yang ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} 3,387 > T_{tabel} 1,655$, dan $sig\ 0,001 < 0,05$
- c. Literasi Ekonomi berpengaruh positif terhadap pembelian impulsif produk *fashion* yang ditunjukkan dengan nilai $T_{hitung} 6,174 > T_{tabel} 1,655$, dan $sig\ 0,000 < 0,05$.

2. Implikasi Manajerial

Dalam implikasi manajerial peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa Strategi Pemasaran, Kontrol Diri, dan Literasi Ekonomi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Impulsif pada produk *fashion*. Namun, dengan adanya Strategi Pemasaran, Kontrol Diri, dan Literasi Ekonomi yang menunjukkan nilai positif terhadap Pembelian Impulsif setelah dilakukannya uji T, maka hal ini akan

mengalami dampak positif bagi para Generasi Z Di Kota Tangerang untuk dapat memperhatikan strategi pemasaran, kontrol diri, dan literasi ekonomi agar tidak terjadinya pembelian secara impulsif pada pembelian produk *fashion*.

3. Implikasi Metodologi

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode analisis deskriptif yang menggunakan data dengan membagikan kuesioner kepada 150 masyarakat umum yang tergolong sebagai generasi Z khususnya di wilayah Kota Tangerang dengan memiliki rentang usia 11-26 tahun. Untuk memperoleh hasil data dan informasi, peneliti menyebarkan kuesioner yang berisikan 40 pernyataan dengan rincian 10 pernyataan tentang strategi pemasaran, 10 pernyataan tentang kontrol diri, 10 pernyataan tentang literasi ekonomi, dan yang terakhir adalah 10 pernyataan tentang pembelian impulsif.

C. Saran

Dari kesimpulan yang sudah dijelaskan tersebut, maka peneliti memiliki saran yang dapat diajukan sebagai berikut:

1. Untuk Masyarakat

Setiap orang yang khususnya bagi Generasi Z Di Kota Tangerang perlu memperhatikan kondisi saat ini pada seluruh elemen pelaku usaha khususnya produk *fashion* yang berupaya untuk selalu meningkatkan penjualan dengan berbagai cara. Maka dari itu, konsumen ataupun

masyarakat terkhusus Generasi Z Di Kota Tangerang perlu memahami bahwa strategi pemasaran yang disiapkan oleh pelaku usaha seperti melihat kondisi segmentasi pasar yang dapat mempengaruhi baik secara kebiasaan dalam penggunaan teknologi ataupun secara demografis yang melihat sifat perilaku konsumen berdasarkan jenis kelamin ataupun usia, dan juga menyangkut bauran pemasaran yang dapat meningkatkan daya beli dengan memperhatikan produk yang berkualitas atau kesesuaian kebutuhan pada lingkungan tersebut, harga yang terjangkau, promosi yang banyak diberikan, serta akses pembelian yang mudah. Selain itu, adanya faktor pendorong yang dapat mengurangi kontrol diri seperti mempengaruhi emosi pada konsumen, memberikan informasi yang menarik dan pelayanan yang membuat kepercayaan konsumen semakin tinggi pada produk tersebut, munculnya perasaan ketertarikan dan kecocokan, dan adanya rekomendasi yang diberikan sehingga kontrol diri ini berkurang dan menimbulkan terjadinya pembelian impulsif. Pada pemahaman mengenai literasi ekonomi dapat mempengaruhi terhadap terjadinya pembelian impulsif pada produk *fashion* tersebut. Hal ini dikarenakan banyaknya masyarakat yang kurang memahami akan kebutuhan prioritas, pengelolaan keuangan yang baik ataupun bijaksana, daya konsumtif yang tinggi, serta kurangnya pemahaman bahwa pembelian impulsif berpengaruh buruk. Sehingga akan lebih baik jika masyarakat memahami penggunaan literasi ekonomi dengan

memperhatikan bahwa hal ini dapat dimanfaatkan untuk melakukan investasi yang dapat menguntungkan daripada sekadar membeli produk secara mendadak yang berakhir penyesalan. Maka dari itu, agar tidak terjadinya pembelian impulsif pada produk *fashion* maka perlunya pemahaman lebih mengenai upaya strategi pemasaran, melakukan peningkatan terhadap kontrol diri, dan pemahaman tentang literasi ekonomi.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya.

Penulis saat ini berharap agar peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel-variabel untuk dilakukan analisis lebih mendalam sehingga menghasilkan kesimpulan yang lebih baik dan mendapatkan hasil yang lebih akurat dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi penelitian dalam hal Pengaruh Strategi Pemasaran, Kontrol Diri, dan Literasi Ekonomi Terhadap Pembelian Impulsif pada produk *fashion*.

3. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini dapat dijadikan acuan bahwa adanya faktor-faktor yang dapat dijadikan referensi untuk mempengaruhi perilaku konsumen untuk menciptakan terjadinya pembelian impulsif khususnya terhadap produk *fashion*, sehingga mendapatkan keuntungan dalam meningkatkan penjualan tersebut. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha yaitu dengan memperhatikan strategi pemasaran yang berkaitan dengan segmentasi pasar yang berkaitan untuk adanya target konsumen

yang tepat sebagai contoh untuk produk *fashion* dengan target pasar yaitu generasi Z maka perlu menjual produk-produk *fashion* yang kekinian, selain itu dapat memperhatikan kualitas produk, kesesuaian produk, harga yang terjangkau sesuai dengan kemampuan masyarakat pada wilayah atau tempat tersebut, ataupun bisa menggunakan promosi yang menarik. Adapun faktor pendorong lainnya yang berkaitan dengan kontrol diri seseorang akan mudah berubah jika penjual dapat memberikan pelayanan yang menarik sehingga membuat konsumen merasakan kenyamanan dan menimbulkan kepercayaan terhadap produk tersebut. Di sisi lain, literasi ekonomi pun mempengaruhi tingkat penjualan, apabila masyarakat memahami tentang literasi ekonomi secara baik dan benar, maka masyarakat akan memilih untuk berinvestasi daripada untuk melakukan pembelian barang yang tidak dibutuhkan, sehingga dalam hal ini penjual perlu memperhatikan kebutuhan konsumen secara baik, kemampuan konsumen, motif konsumen apakah untuk membeli barang dengan cara hemat atau secara konsumtif. Jika pelaku usaha dapat memperhatikan faktor-faktor tersebut maka keuntungan akan didapatkan oleh para pelaku usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, I., Hasyim, H., & Carda, M. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran, Psikologi Konsumen, dan Motivasi Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif dan Kepuasan Konsumen Berbelanja Pada Toko Online di Kota Pare-Pare. *EQUITY: Journal of Economics, Management and Accounting*, 16(2), 129–138.
- Ahmaddien, I., & Syarkani, Y. (2020). *Statistika Terapan dengan Sistem SPSS*. Bandung: ITB Press.
- Andriani, L. A., & Harti, H. (2021). Pengaruh Emosi Positif, Potongan Harga, Dan Kualitas Website Terhadap Pembelian Impulsif. *Forum Ekonomi*, 23(3), 454–462.
- Azaria, S. M., & Pramudita, R. A. (2021). Analisis Iklan, Persepsi Harga, Pelayanan Penjualan, Dan Konsistensi Konsumen Terhadap Pembelian Honda. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 4(1), 27–39.
- Bernadus, D. (2022). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia*. Tangerang: Skripsi, Universitas Buddhi Dharma.
- Hadmandho, T. C. (2022a). Pengaruh Keyakinan Pada Toko Daring Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online: The Influence Of Online Store Beliefs On Consumer Online Impulse Buying. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 516–541.
- Hadmandho, T. C. (2022b). The Effect of Celebrity Instagram Endorsment on Impulsive Buying Behavior in Students in Rokan Hulu Regency, Riau Province. *Kontigensi: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 208–216.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Banten: Pascal Books.
- Hasanah, N., & Arifudin, A. (2021). Strategi Pemasaran Terhadap Impulse Buying (Penelitian Pada Konsumen Sinar Terang Bersaudara). *JURNAL EKONOMIKA*, 12(2), 111–126.
- Hoyri, S., & Imam. (2014). Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Pada Siswa SMA (Ditinjau Dari Lokasi Sekolah). *Jurnal Online Psikologi*, 2(1), 46–61.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jayani, D. H. (2021). Proporsi Populasi Generasi Z dan Milenial Terbesar di Indonesia. Retrieved June 30, 2023, from Databoks website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>

- Junianto, Y., Kohardinata, C., & Silaswara, D. (2020). Financial Literacy Effect and Fintech in Investment Decision Making. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(3), 150–168.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kristianto, D. P. L. (2010). *Psikologi Pemasaran*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service (CAPS).
- 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: Jurnal Manajemen Unsera*, 5(2), 137–160.
- Noneng, Supatminingsih, T., Inanna, Hasan, M., & Dina, M. (2020). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Melalui Online Shop Pada Peserta Didik Kelas X Jurusan Ips Di Sma Negeri 8 Makassar. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2(02), 94–104.
- Oktafikasari, E., & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3), 684–697.
- Paendong, M., & Maria, V. J. (2016). Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 387–395.
- Pasaribu, F. (2020). Pengaruh Kreativitas Bauran Pemasaran Terhadap Kemajuan Usaha. *SOSEK: Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, 1(2), 153–163.
- Pramesty, D. W., & Simanjuntak, M. (2020). Konsep Diri, Gaya Hidup, Strategi Pemasaran, dan Pembelian Impulsif Antargenerasi. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 13(1), 87–98.
- Pratiwi, R. D., Marhawati, Putra, R., Arifin, Hasbiah, S., Nuraisyiah, ... Amelia, A. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Tahta Media Group.
- Prihatini, A. E., & Dewi, R. S. (2021). *Azas-Azas Manajemen*. Semarang: CV. Istana Agency.
- Pujiastuti, N., Reza, R., & Astuti, R. F. (2022). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 107–117.
- Putra, F. D. (2023). Generasi Milenial Masih Jadi yang Terbanyak di Kota Tangerang. Retrieved March 5, 2024, from Tangerangnew.com website: <https://www.tangerangnews.com/kota-tangerang/read/45897/Generasi-Milenial-Masih-Jadi-yang-Terbanyak-di-Kota-Tangerang>

- Putra, V. D., Santosa, S., & Novianti, R. (2022). Analisis Faktor Penerapan E-commerce Sebagai Rintisan Minat Berwirausaha: Studi Kasus Pada Mahasiswa Riset Pemasaran Universitas Buddhi Dharma. *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)*, 2(1), 185–191.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Universitas Udayana Press.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences On Impulsive Buying Behavior. *Journal Of Consumer Research*, 22(3), 305–313.
- Rosidah, A., & Prakoso, A. F. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 275–287.
- Rozaini, N., & Ginting, B. A. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion. *Niagawan*, 8(1), 1–9.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KMB Indonesia.
- Santosa, S. (2019). Kepuasan Konsumen Pengguna Kecap Merek “SH D/H Siong Hin” Sebagai Icon Ekonomi Masyarakat Benteng-Tangerang. *ECo-Buss*, 1(3), 152–160.
- Santosa, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Inti Atap Suksesindo. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 547–557.
- Santosa, S., Novianti, R., & Putra, V. D. (2022). Menumbuhkan Sejak Dini Minat Berwirausaha Dari Sisi E-commerce Pada Mahasiswa. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 191–194.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sonitehe, G. (2022). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi (Jamane)*, 1(1), 48–54.
- Subagya, T. M., & Silaswara, D. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Beli Kosmetik pada Marketplace Shopee*. Banten: Skripsi, Universitas Buddhi Dharma.
- Sugandha, S., Tholok, F. W., & Janamarta, S. (2022). Application of Marketing Mix to Improve Consumer Purchasing Decisions on Culinary in The Old Market. *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(2), 1–12.
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Accounthink: Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 804–818.

- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulthoni, E. D. (2021). *Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Untuk Produk Fashion di Online Shop pada Kalangan Pemuda Desa Medayu Suruh Salatiga*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- 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.
- Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan* (1st ed.). Yogyakarta: Andi.
- Wardani, R. K., & Manalu, M. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 3(04), 88–95.
- Wicaksono, B. B., Wibowo, F. X. P., Hanitha, V., Wato, F., Janamarta, S., & Heriyanto, A. Y. B. (2023). Pendampingan Wirausaha Wisata Kuliner Pasar Lama Kota Tangerang Di Masa Pasca Pandemi. *Abdi Dharma*, 3(2), 169–178.
- Wijoyo, H., Haudi, H., Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Akbar, M. F. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian Kepada Masyarakat Kerjasama Antar Kampus). *Ikra-Ith Abdimas*, 3(3), 169–175.
- Yamini, E. A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Spontan. *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 882–888.
- Yoyo, T., & Listen, G. (2020). The Effect Of Promotion, Price, And Quality Of Service In Decision Making Using Online Transportation. *ECo-Fin*, 2(3), 152–160.
- Yoyo, T., Sutisna, N., & Silaban, B. (2019). Analysis of Store Location and Atmosphere the Effect on Consumer Purchase Interest at Centro Department Store. *ECo-Fin*, 1(3), 144–149.
- Yulianti, Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Inti Atap Suksesindo*. Jakarta: Skripsi, Universitas Buddhi Dharma.
- Zami, A., Osman, I. R., Rahmadi, M., Sahli, P., & Maura, Y. (2020). Strategi Pemasaran UMKM Ditinjau Dari Bauran Pemasaran Untuk Menunjang Perekonomian Di Era Digital Pada Masa Pandemi. *Jurnal Manajemen*, 1(2), 11–19.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama : Vandī Dwi Putra
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 17 Februari 2001
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Buddha
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Gerendeng Pulo Blok B No. 37, Kota Tangerang, Banten
Nomor Telepon : 0811 8340 666
Email : Vandidp17@gmail.com
IPK Terakhir : 3,49



Riwayat Pendidikan

SD : SD Negeri Gerendeng 02 Tangerang (2008-2014)
SMP/MTS : SMP Negeri 13 Kota Tangerang (2014-2017)
SMA/SMK/MA : SMK Negeri 01 Kota Tangerang (2017-2020)
Perguruan Tinggi : Universitas Buddhi Dharma (2020-2024)

Riwayat Pekerjaan

2020-2021 : Admin Marketing di PT. Cipta Tunggal Elektronik
2022-2023 : Supervisor Marketing di PT. Rans Utama Nararya
2024-Sekarang : MT Sales Engineer di PT. Yamasoji Indonesia

Tangerang, 02 Desember 2023

Vandī Dwi Putra

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kepada,
Teman-teman
Di tempat

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Vandi Dwi Putra Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Tangerang. Sehubungan dengan penyusunan tugas akhir (skripsi) saya dengan judul **“Pengaruh Strategi Pemasaran, Kontrol Diri, dan Literasi Ekonomi Terhadap Pembelian Impulsif Produk *Fashion* Pada Generasi Z Di Kota Tangerang”**, saya bermaksud untuk memohon ketersediaan teman-teman untuk mengisi kuesioner sebagai berikut dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan pendapat masing-masing.

Kuesioner ini hanya untuk teman-teman yang berusia 11-26 tahun dan berdomisili tempat tinggal di Kota Tangerang.

Bagi teman-teman yang tidak memenuhi persyaratan usia dan domisili tempat tinggal maka tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner.

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

A. Petunjuk Pengisian

1. Kuesioner ini terdiri dari beberapa bagian, yaitu data responden, pernyataan mengenai strategi pemasaran, kontrol diri, literasi ekonomi, dan pembelian impulsif.
2. Teman-teman cukup memilih salah satu jawaban dengan memberikan tanda *cheklist* (✓) pada kolom yang tersedia.
3. Ada lima alternatif jawaban yang dapat dipilih dengan keterangan jawaban sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

B. Data Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Perempuan ☐ Laki-Laki
3. Usia : ☐ 11-26 Tahun
4. Domisili Tempat Tinggal : ☐ Kota Tangerang
5. Pendidikan Terakhir : ☐ SD ☐ D1/D2/D3
☐ SMP ☐ S1
☐ SMA/SMK ☐ S2

1. Kuesioner Tentang Strategi Pemasaran (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak dikarenakan kemudahan dalam proses berbelanja menggunakan canggihnya teknologi.					
2	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak dikarenakan produk yang ditawarkan sesuai dengan yang diharapkan.					
3	Produk <i>fashion</i> yang berkualitas tinggi dan unik membuat ketertarikan untuk membeli tanpa berpikir panjang.					
4	Produk <i>fashion</i> dengan kemasan yang menarik membuat ketertarikan untuk membeli tanpa berpikir panjang.					
5	Produk <i>fashion</i> yang memiliki harga terjangkau dengan kualitas tinggi membuat saya tertarik untuk membeli tanpa berpikir panjang.					

6	Produk <i>fashion</i> dengan harga yang lebih murah daripada toko lainnya membuat saya tertarik membeli tanpa berpikir panjang.					
7	Adanya promosi yang ditawarkan membuat saya tertarik untuk membeli produk <i>fashion</i> tanpa berpikir panjang.					
8	Adanya promosi yang di tawarkan dengan intensitas yang tinggi membuat saya tergoda untuk membeli produk <i>fashion</i> tanpa berpikir panjang.					
9	Akses yang mudah dalam website ataupun place untuk berbelanja produk <i>fashion</i> membuat saya ingin berbelanja tanpa berpikir panjang.					
10	Adanya tempat dan pelayanan yang menarik dan unik membuat saya tertarik untuk berbelanja produk <i>fashion</i> tanpa berpikir panjang.					

2. Kuesioner Tentang Kontrol Diri (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berbelanja produk <i>fashion</i> secara dadakan karena memiliki insting positif ketika melihat suatu produk yang ditawarkan.					
2	Saya berbelanja produk <i>fashion</i> secara dadakan berdasarkan asumsi positif terhadap produk tersebut.					
3	Saya sering kali berbelanja produk <i>fashion</i> secara mendadak akibat nafsu untuk membeli.					
4	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak karena saya yakin bahwa produk tersebut menguntungkan.					
5	Saya tidak membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak karena saya yakin produk tersebut merugikan.					
6	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak karena saya					

	berpikir bahwa produk tersebut cocok dan positif untuk digunakan.					
7	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak karena sangat suka terhadap produk tersebut.					
8	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak karena merasa harus membeli ketika sudah melihat, mencoba, dan dijelaskan tentang produk tersebut.					
9	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak karena berpikir bahwa teman saya sudah banyak yang menggunakan produk tersebut.					
10	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak karena direkomendasikan orang terdekat saya untuk membeli produk tersebut.					

3. Kuesioner Tentang Literasi Ekonomi (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak berdasarkan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari.					
2	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak karena sudah merencanakan pembelian dan tidak sengaja menemukan produk tersebut.					
3	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak dengan memperhatikan fungsional dari pembelian tersebut.					
4	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak dengan mempertimbangkan kemampuan keuangan saya pada saat itu.					
5	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak dengan					

	mempertimbangkan keuangan saya untuk hari selanjutnya.					
6	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak karena pembelian tersebut menguntungkan dalam hal penghematan biaya.					
7	Saya bekerja keras mendapatkan ekonomi yang lebih baik agar dapat berbelanja produk <i>fashion</i> sesuka hati.					
8	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak dengan harapan pujian dari orang lain atas kemampuan keuangan saya.					
9	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak berdasarkan kesadaran atas kemampuan ekonomi keluarga.					
10	Saya membeli produk <i>fashion</i> secara mendadak dengan mempertimbangkan ekonomi di masa yang akan datang.					

4. Kuesioner Tentang Pembelian Impulsif (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Pembelian produk <i>fashion</i> secara mendadak ini terjadi akibat kesetiaan terhadap merk tersebut.					
2	Pembelian produk <i>fashion</i> secara mendadak ini terjadi akibat kepuasan dengan merk produk tersebut.					
3	Pembelian produk <i>fashion</i> secara mendadak ini terjadi akibat tidak ada merk lain yang dapat memenuhi kebutuhan.					
4	Pembelian produk <i>fashion</i> secara mendadak ini terjadi akibat seringnya menggunakan produk merk tersebut.					
5	Pembelian produk <i>fashion</i> secara mendadak ini terjadi akibat paham					

	secara detail dalam penggunaan produk merk tersebut.					
6	Pembelian produk <i>fashion</i> secara mendadak ini terjadi akibat ketertarikan terhadap produk tersebut.					
7	Pembelian produk <i>fashion</i> secara mendadak ini terjadi akibat kesesuaian fungsional produk tersebut.					
8	Pembelian produk <i>fashion</i> secara mendadak ini terjadi akibat kesesuaian antara kebutuhan dan produk yang ditawarkan.					
9	Pembelian produk <i>fashion</i> secara mendadak ini terjadi akibat adanya promosi menarik yang akan muncul.					
10	Pembelian produk <i>fashion</i> secara mendadak ini terjadi akibat adanya keuntungan tertentu yang didapatkan jika membeli pada saat itu.					

Lampiran 2.
Data Kuesioner Responden

No	Nama Lengkap	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Tempat Tinggal
1	Vandi	Pria	22 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
2	Yulina	Wanita	21 Tahun	S1	Kota Tangerang
3	Aureola Tjahyana	Wanita	22 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
4	Siska Pradita	Wanita	22 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
5	Erlin	Wanita	24 Tahun	S1	Kota Tangerang
6	Risda	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
7	Yosua	Pria	21 Tahun	S1	Kota Tangerang
8	Baby early sugati	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
9	Nita Amelia	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
10	Jason Putra	Pria	18 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
11	Lisdah Oktavia	Wanita	21 Tahun	S1	Kota Tangerang
12	Nia Setiawati	Wanita	26 Tahun	S1	Kota Tangerang
13	Kurnia Ayu Syah Putri	Wanita	24 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
14	Kelin	Wanita	25 Tahun	S1	Kota Tangerang
15	Timothy Susandi Putra	Pria	19 Tahun	D1/D2/D3	Kota Tangerang
16	Joice Ananda	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
17	Sesilia	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
18	Alaucia Kartika Wijaya	Wanita	21 Tahun	S1	Kota Tangerang
19	cindy loa	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
20	William Alexander Salim	Pria	17 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
21	Nicolas Setiawan	Pria	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
22	Niko Citra Wijaya	Pria	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
23	Stevent	Pria	18 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
24	Halim	Pria	26 Tahun	S1	Kota Tangerang
25	Adelia Putri Dewi	Wanita	18 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
26	Dhika Viranando	Pria	16 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
27	felisia anabel	Wanita	18 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
28	heni tia	Wanita	19 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
29	Rachael denatali	Wanita	21 Tahun	D1/D2/D3	Kota Tangerang
30	Tandy awang	Pria	26 Tahun	S1	Kota Tangerang
31	Hasita Caga Viesa	Wanita	17 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
32	Lady Anggriani	Wanita	26 Tahun	S1	Kota Tangerang
33	Amiftah salma	Wanita	18 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
34	Valentino Louis	Pria	19 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
35	Heny Christiani	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang

36	Nita Enggelina	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
37	Olga Trikim Caroline	Wanita	17 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
38	Tarissa	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
39	Chintya Nathalie	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
40	tanessya	Wanita	22 Tahun	S1	Kota Tangerang
41	Soei Lan	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
42	Sindy Dhammayati	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
43	helda	Wanita	18 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
44	Martin Yarangga	Pria	26 Tahun	S1	Kota Tangerang
45	Agustini	Wanita	23 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
46	Dian Regina	Wanita	22 Tahun	S2	Kota Tangerang
47	jordy	Pria	23 Tahun	S1	Kota Tangerang
48	Venny yen	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
49	Hino	Pria	19 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
50	Andreas setiawan	Pria	22 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
51	Fahmi azhar	Pria	26 Tahun	S1	Kota Tangerang
52	Pieter Prawira	Pria	23 Tahun	S1	Kota Tangerang
53	Taufik hidayat	Pria	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
54	Christian Forlan Pranata	Pria	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
55	Kezia Athalia Sardja	Wanita	18 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
56	Mutiara Mudita	Wanita	24 Tahun	S1	Kota Tangerang
57	Tiara	Wanita	19 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
58	Vincent Sebastian	Pria	18 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
59	Bunga	Wanita	25 Tahun	S1	Kota Tangerang
60	Valiant putra	Pria	23 Tahun	S1	Kota Tangerang
61	Dessy kumala	Wanita	24 Tahun	S1	Kota Tangerang
62	Christiani Angellie	Wanita	22 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
63	Safitri Dewi Aryanto	Wanita	19 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
64	Algi Lastiawan	Pria	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
65	Amelia Margareta	Wanita	17 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
66	Ananda Karuna Jaya	Pria	25 Tahun	S1	Kota Tangerang
67	Destiera Giovarin	Wanita	25 Tahun	S1	Kota Tangerang
68	Devita Angela	Wanita	22 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
69	Landfin Ong	Pria	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
70	Owen Waluyo Wijaya	Pria	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
71	Shintia maylani	Wanita	19 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
72	Try Hartono	Pria	24 Tahun	S1	Kota Tangerang
73	Callista Regina Putricia	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
74	Claudio Ananda Wijaya	Pria	20 Tahun	S1	Kota Tangerang
75	Viriya Chandra	Pria	22 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
76	Steven Emmanuel Dharmawan	Pria	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
77	Leonardo Ivan Lasmana	Pria	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
78	Dean Hebert Adrian	Pria	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
79	Yuda D. Permana	Pria	25 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
80	Angeline dwi phoebe	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
81	Dewi Harnum	Wanita	26 Tahun	S1	Kota Tangerang
82	Lenny Wijaya	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
83	Rahmadhan ningtias	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
84	Putri Iryanto	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
85	Luckianto	Pria	19 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang

86	Elsa Milinda	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
87	Anggira Mutta Kalyani	Wanita	16 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
88	Astrid	Wanita	22 Tahun	S1	Kota Tangerang
89	Angellisa eveline	Wanita	23 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
90	Via	Wanita	23 Tahun	S1	Kota Tangerang
91	HERLIN	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
92	Selvy Gunawan	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
93	Cleoni	Wanita	18 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
94	Dessy mulya	Wanita	26 Tahun	S1	Kota Tangerang
95	Syifa Alvernia Jasmin Ramadhani	Wanita	22 Tahun	S1	Kota Tangerang
96	Benedicta Lemuel	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
97	Andrew Chandra Halim	Pria	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
98	Lola vanesa	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
99	Marcella	Wanita	25 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
100	Isma	Wanita	24 Tahun	D1/D2/D3	Kota Tangerang
101	Cheristine Monica	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
102	Tasya Milenia	Wanita	23 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
103	Nabila Ayutya	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
104	salwaa shabrina	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
105	Canda Sucarita	Wanita	18 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
106	Ika	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
107	Adryan ilham firdaus	Pria	16 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
108	Nabila Nathania Supriatna	Wanita	17 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
109	Iyra virnanda	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
110	Dimas Faizal Vernanda	Pria	26 Tahun	S1	Kota Tangerang
111	Arina Setiawijaya	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
112	Tivvani huang	Wanita	23 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
113	Febby Oktaviana	Wanita	23 Tahun	S1	Kota Tangerang
114	Anissa Wardani	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
115	Fiorency Kristi Angel	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
116	Yuyunkartikaa	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
117	Jeanne Nurtami Depi	Wanita	22 Tahun	S1	Kota Tangerang
118	shazalfa anisya	Wanita	23 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
119	Kadika Anggraini	Wanita	17 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
120	Shintya dhammayanti	Wanita	22 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
121	Metta sima putri	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
122	Angella	Wanita	22 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
123	Dharma	Pria	22 Tahun	S1	Kota Tangerang
124	Annisa Rahmawati	Wanita	20 Tahun	S1	Kota Tangerang
125	Yuliana	Wanita	26 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
126	Gishella Janice	Wanita	18 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
127	Sel	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
128	indah virga	Wanita	23 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
129	Christian Maranatha	Pria	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
130	Devita	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang

131	Shelvia Lasahijaya	Wanita	22 Tahun	S1	Kota Tangerang
132	Angga Wijaya	Pria	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
133	Natalia Pundarika Setiawan	Wanita	23 Tahun	S1	Kota Tangerang
134	Ni Made Suwartini Dwiyantri	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
135	Cindy Angelina	Wanita	21 Tahun	S1	Kota Tangerang
136	Saddha Budianto Kirtileka	Pria	22 Tahun	S1	Kota Tangerang
137	Yosepha Gunawan	Wanita	24 Tahun	S1	Kota Tangerang
138	Evelyn	Wanita	26 Tahun	S1	Kota Tangerang
139	Afifa	Wanita	24 Tahun	S1	Kota Tangerang
140	Calista	Wanita	19 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
141	Annisa Rahman	Wanita	21 Tahun	S1	Kota Tangerang
142	Sindy Jaya Lesmana	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
143	Melita	Wanita	22 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
144	Fanie Yolanda	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
145	LISTYA HERIYAWATI	Wanita	21 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
146	Bella Indi	Wanita	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
147	Fransisca Avriani	Wanita	22 Tahun	S1	Kota Tangerang
148	Apriani Cemara Tungga	Wanita	18 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
149	Kelvin	Pria	20 Tahun	SMA/SMK	Kota Tangerang
150	candika connellie	Wanita	15 Tahun	SMP	Kota Tangerang



31	4	4	3	3	5	4	4	4	3	4	38
32	5	5	5	4	5	3	4	3	4	5	43
33	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	32
34	4	5	3	3	5	3	3	3	3	3	35
35	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	25
36	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	44
37	3	5	4	4	5	3	3	3	4	4	38
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	5	4	5	4	5	5	3	4	5	4	44
40	5	4	3	3	5	3	4	4	5	5	41
41	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
42	3	3	5	5	3	5	5	4	5	4	42
43	3	5	5	5	5	4	2	3	4	5	41
44	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	38
45	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	35
46	5	4	4	3	5	3	4	4	4	4	40
47	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	41
48	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
49	5	5	3	4	5	3	3	3	4	4	39
50	4	5	4	3	5	5	4	3	3	3	39
51	5	1	3	5	5	5	3	4	4	3	38
52	5	5	5	3	5	5	5	3	3	4	43
53	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	43
54	3	2	4	2	2	4	2	4	2	3	28
55	3	4	2	2	3	4	4	3	4	4	33
56	5	4	5	3	3	5	3	2	5	5	40
57	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
58	2	3	2	3	2	4	3	2	2	3	26
59	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	38
60	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
61	3	4	4	2	4	4	2	2	5	5	35
62	5	5	3	1	3	3	3	3	3	4	33
63	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	21
64	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	34
65	4	2	2	3	4	3	3	2	3	3	29
66	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	23
67	4	5	5	4	5	5	3	4	5	3	43
68	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	37
69	4	5	5	4	5	3	4	4	2	4	40
70	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	47
71	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38
72	4	4	5	2	4	2	4	2	2	2	31
73	4	3	2	1	1	3	2	1	2	2	21
74	5	4	3	4	5	4	4	4	5	5	43
75	2	2	2	2	4	4	2	2	3	3	26

76	3	4	3	2	5	3	2	3	4	4	33
77	4	4	5	3	5	3	4	3	4	4	39
78	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	43
79	3	5	1	1	1	4	3	2	2	2	24
80	3	2	3	3	4	3	2	2	3	5	30
81	3	4	4	1	4	3	3	4	3	4	33
82	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	40
83	4	4	3	5	5	5	3	3	4	5	41
84	2	4	2	2	5	2	5	5	2	5	34
85	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	21
86	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	35
87	5	5	2	1	5	4	4	2	5	5	38
88	5	5	4	3	5	5	4	4	4	2	41
89	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	41
90	3	4	3	4	5	5	5	5	4	3	41
91	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	19
92	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
93	3	3	5	4	5	5	3	3	4	4	39
94	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	34
95	3	4	4	3	5	4	3	4	4	4	38
96	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
97	3	4	3	4	4	3	4	2	2	4	33
98	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
99	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	34
100	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	33
101	4	2	2	2	2	4	4	2	4	2	28
102	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	32
103	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	46
104	4	4	4	3	5	3	2	2	2	2	31
105	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	32
106	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	35
107	4	4	5	4	4	3	3	4	5	5	41
108	2	2	3	2	4	2	5	5	4	3	32
109	4	4	5	4	5	3	4	3	3	3	38
110	5	3	5	3	5	5	5	3	4	3	41

111	4	5	4	3	5	2	2	3	4	2	34
112	5	4	3	4	3	3	3	3	4	4	36
113	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	45
114	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	32
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
116	3	4	4	4	3	3	2	3	4	3	33
117	4	4	4	3	5	5	4	3	5	4	41
118	2	4	3	2	2	2	4	3	2	2	26
119	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	37
120	4	2	4	2	5	4	5	4	5	4	39
121	5	4	3	4	5	5	4	3	5	4	42
122	2	2	5	5	5	5	4	4	3	4	39
123	4	4	4	3	5	3	3	3	3	3	35
124	3	5	3	2	5	3	1	4	2	3	31
125	2	2	4	2	4	3	1	2	2	3	25
126	4	4	3	5	4	2	3	3	3	4	35
127	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	35
128	1	2	1	2	3	4	2	2	1	4	22
129	4	4	4	5	3	3	4	5	4	3	39
130	3	4	3	2	5	5	4	4	4	3	37
131	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38
132	5	5	5	4	4	3	4	3	3	4	40
133	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	43
134	4	4	2	3	5	4	3	3	3	3	34
135	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3	43
136	1	2	5	5	4	4	5	5	4	3	38
137	4	3	3	3	5	4	3	4	3	3	35
138	5	5	4	3	4	4	3	3	2	3	36
139	4	4	4	3	4	3	2	2	2	4	32
140	2	4	4	5	5	4	4	5	3	3	39
141	4	3	2	3	4	4	5	4	3	4	36
142	5	5	5	4	5	4	5	5	4	3	45
143	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	33
144	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	37
145	4	5	3	3	4	5	5	4	4	3	40
146	2	2	2	2	4	4	3	3	3	3	28
147	5	5	5	5	5	5	3	4	5	3	45
148	4	3	2	2	4	3	3	2	3	3	29
149	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	43
150	1	3	4	3	4	4	3	2	4	4	32

Data Hasil Penelitian Variabel Kontrol Diri (X2)

No	KONTROL DIRI (X2)										Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	3	4	5	5	4	4	4	3	3	4	39
2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	35
3	3	4	1	2	4	3	3	1	3	4	28
4	4	4	3	2	4	3	5	5	4	2	36
5	4	3	5	4	5	3	4	5	5	3	41
6	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	31
7	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	35
8	3	3	2	2	4	4	3	3	1	2	27
9	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	40
10	2	3	3	2	3	5	5	5	5	5	38
11	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
12	2	1	3	2	5	2	2	2	2	2	23
13	2	2	4	3	1	4	4	2	2	3	27
14	5	4	2	3	4	5	4	3	3	3	36
15	2	3	4	3	4	3	5	5	2	2	33
16	4	4	3	5	4	4	4	4	3	5	40
17	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	30
18	3	4	3	5	5	5	5	4	5	5	44
19	1	1	4	5	5	5	5	5	5	5	41
20	5	4	4	5	3	4	5	5	1	3	39
21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
22	1	1	1	2	3	2	2	2	1	3	18
23	2	2	3	3	4	4	5	3	1	1	28
24	2	4	2	4	4	4	4	5	2	2	33
25	5	4	1	2	3	5	4	3	4	3	34
26	4	4	4	3	3	4	5	3	3	3	36
27	3	2	1	3	3	4	1	3	2	2	24
28	3	3	4	4	4	5	4	5	3	4	39
29	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	37
30	2	2	1	2	1	3	3	3	3	3	23

31	3	3	4	4	4	4	5	3	3	4	37
32	3	5	5	4	3	4	5	3	3	3	38
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
34	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	35
35	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	30
36	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	44
37	5	3	4	4	5	5	5	5	4	3	43
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	3	4	3	4	3	4	4	5	5	4	39
40	3	5	2	2	3	5	4	3	2	3	32
41	5	4	3	2	4	3	4	4	3	3	35
42	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	38
43	3	4	4	5	3	4	4	4	1	2	34
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
45	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	38
46	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	37
47	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	32
48	4	4	5	3	3	3	4	4	5	3	38
49	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	38
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	5	5	3	5	5	5	3	4	2	1	38
52	5	3	4	4	4	4	4	3	2	4	37
53	4	4	5	4	5	4	4	2	4	3	39
54	2	4	3	2	4	1	5	2	4	2	29
55	4	2	2	4	4	4	3	2	1	4	30
56	4	4	3	5	3	5	5	3	5	5	42
57	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	35
58	2	3	1	1	4	3	3	1	4	4	26
59	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
60	4	4	3	4	5	5	3	3	3	3	37
61	2	1	4	4	5	1	4	2	1	1	25
62	3	3	1	3	3	3	3	3	1	4	27
63	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	27
64	2	2	1	1	4	3	1	2	3	3	22
65	3	4	2	2	4	4	3	1	1	2	26
66	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	20
67	4	4	5	5	5	4	5	5	2	3	42
68	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	38
69	2	4	4	4	4	5	4	4	4	5	40
70	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	46
71	2	3	4	2	3	4	2	3	4	4	31
72	2	4	4	5	4	5	4	5	4	4	41
73	2	2	3	3	3	2	4	4	4	4	31
74	3	4	5	5	5	5	4	3	4	5	43
75	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31

76	3	4	5	5	5	4	3	4	3	3	39
77	3	3	4	5	5	4	5	4	3	4	40
78	5	4	4	5	5	3	5	5	5	5	46
79	3	2	2	3	4	3	4	4	4	3	32
80	3	3	3	3	5	3	4	4	3	5	36
81	4	4	2	4	2	3	4	2	4	4	33
82	4	3	4	3	4	3	5	5	3	3	37
83	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	43
84	5	4	1	2	5	5	2	4	2	4	34
85	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
86	3	3	3	4	4	2	4	2	3	4	32
87	5	5	2	5	5	5	5	5	1	4	42
88	4	5	5	3	1	4	5	2	2	4	35
89	1	1	3	2	5	3	2	2	2	3	24
90	2	4	3	4	4	4	5	4	4	5	39
91	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	24
92	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
93	3	4	2	4	5	4	3	3	2	3	33
94	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	36
95	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	40
96	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	33
97	3	4	2	2	4	3	2	2	3	4	29
98	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	33
99	3	3	4	3	2	4	4	3	4	4	34
100	4	4	3	4	3	3	4	3	2	2	32
101	2	4	2	4	4	4	4	2	2	4	32
102	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	31
103	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
104	2	4	3	3	4	4	2	4	2	3	31
105	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	27
106	3	3	4	4	4	4	4	1	3	3	33
107	4	3	1	3	5	3	3	4	1	2	29
108	2	4	2	2	4	2	2	2	4	4	28
109	2	2	1	1	3	4	4	1	2	3	23
110	2	3	1	3	4	3	3	4	3	3	29

111	4	3	4	1	4	4	4	2	1	2	29
112	4	3	1	5	4	3	5	3	4	3	35
113	4	4	3	4	5	4	5	4	2	3	38
114	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	32
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
116	2	2	2	4	3	3	4	1	1	3	25
117	3	4	5	5	2	4	3	4	2	3	35
118	4	4	1	3	4	4	3	3	2	2	30
119	3	4	4	4	5	4	5	3	2	4	38
120	4	4	5	4	4	4	5	5	2	4	41
121	3	4	5	5	3	4	4	4	4	4	40
122	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	33
123	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	33
124	4	3	3	1	4	4	5	3	4	3	34
125	1	2	2	1	3	2	2	3	2	2	20
126	3	4	4	4	3	2	3	3	2	3	31
127	3	3	3	4	4	3	4	3	2	4	33
128	1	1	1	1	4	1	2	2	1	1	15
129	3	4	5	5	4	3	3	3	4	4	38
130	1	3	2	3	3	2	4	3	5	5	31
131	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	39
132	3	4	2	3	2	3	3	1	2	3	26
133	3	3	2	4	3	4	3	4	4	5	35
134	2	3	1	2	5	2	3	1	1	3	23
135	3	5	5	3	3	3	4	3	3	4	36
136	2	2	1	2	5	5	4	4	4	4	33
137	4	4	3	4	3	3	4	2	1	4	32
138	4	2	4	3	4	5	5	2	2	3	34
139	2	2	2	3	3	4	2	2	2	3	25
140	3	4	3	5	5	4	4	2	2	3	35
141	3	3	2	4	3	4	5	4	5	4	37
142	2	3	5	3	4	4	5	4	3	5	38
143	4	3	3	3	4	2	2	2	2	2	27
144	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	36
145	3	2	2	3	4	4	3	5	3	2	31
146	4	3	2	4	4	4	4	3	2	2	32
147	5	3	5	4	2	3	5	3	5	5	40
148	2	3	3	3	3	4	5	2	3	3	31
149	3	3	4	5	3	4	3	5	3	4	37
150	2	4	1	5	3	5	5	4	1	1	31

Data Hasil Penelitian Variabel Literasi Ekonomi (X3)

LITERASI EKONOMI (X3)										Total
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3
4	4	4	3	3	4	5	1	4	3	35
4	3	3	2	2	3	2	3	1	2	25
3	2	4	2	2	3	3	1	5	5	30
4	5	5	4	5	4	4	4	3	3	41
4	3	3	4	4	5	4	4	3	5	39
5	3	4	5	5	5	5	3	5	5	45
3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	36
5	2	4	4	4	4	4	1	2	2	32
4	5	4	5	5	4	5	2	3	4	41
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
3	5	4	5	5	5	5	2	4	5	43
4	4	4	4	4	4	5	1	4	4	38
5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	46
4	5	4	4	5	3	2	2	3	2	34
5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	47
3	3	4	5	5	3	1	1	4	3	32
4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	46
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	5	4	5	3	3	4	5	4	4	41
5	4	4	5	4	4	1	1	1	1	30
5	4	4	5	5	5	5	1	3	3	40
5	3	4	3	3	4	5	1	5	5	38
5	5	5	5	4	5	2	2	5	5	43
5	4	5	5	5	5	5	1	4	5	44
3	5	3	5	3	3	1	1	4	3	31
3	3	5	5	5	5	5	1	5	5	42
4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	41
5	4	4	5	5	2	4	2	4	3	38
4	4	4	4	5	3	1	1	3	4	33

31	4	5	5	5	5	5	3	2	3	4	41
32	5	5	5	5	5	3	3	1	1	3	36
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
34	5	4	4	5	5	4	3	3	4	3	40
35	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	34
36	5	5	4	5	5	4	5	2	3	3	41
37	4	5	5	4	5	5	3	3	3	5	42
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	45
40	5	3	4	4	4	2	3	3	5	5	38
41	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	39
42	5	4	4	4	4	5	5	3	5	5	44
43	3	4	4	4	4	4	2	1	4	3	33
44	4	3	4	4	4	3	5	3	5	4	39
45	4	3	4	5	3	3	2	2	3	3	32
46	3	3	4	4	3	4	5	2	4	4	36
47	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	36
48	4	4	4	4	5	4	3	2	4	4	38
49	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	46
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
52	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
53	4	4	3	5	5	5	5	1	4	4	40
54	1	3	4	4	2	4	2	4	3	4	31
55	3	4	4	5	5	3	2	1	3	5	35
56	2	4	4	4	5	5	4	4	3	3	38
57	4	5	5	4	4	3	4	2	4	4	39
58	5	4	4	5	3	2	5	1	4	2	35
59	3	3	4	3	3	4	4	2	3	4	33
60	5	3	3	4	4	4	3	3	3	5	37
61	4	5	5	3	3	3	5	1	4	4	37
62	5	5	5	5	5	5	3	1	5	5	44
63	4	3	4	4	4	4	3	2	2	3	33
64	4	4	5	4	5	4	5	3	3	4	41
65	5	3	4	5	4	2	1	1	4	4	33
66	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
67	5	5	5	5	4	5	4	1	3	4	41
68	3	3	4	4	5	5	4	3	3	4	38
69	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	47
70	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	44
71	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	39
72	4	4	5	5	5	5	5	1	5	5	44
73	5	5	5	5	5	4	2	1	3	4	39
74	5	3	5	5	5	5	5	1	5	5	44
75	4	4	3	3	3	4	3	2	2	3	31

76	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
77	5	5	5	4	4	4	4	2	4	4	41
78	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	47
79	5	4	5	5	5	4	5	1	5	5	44
80	5	4	3	3	2	4	3	1	1	3	29
81	4	3	3	2	4	3	3	2	4	2	30
82	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	37
83	5	4	4	4	5	3	5	3	4	4	41
84	5	5	5	5	5	5	5	1	4	5	45
85	3	2	3	4	4	3	2	2	2	2	27
86	4	2	4	5	5	4	5	3	3	4	39
87	2	1	5	5	5	5	5	1	4	5	38
88	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	47
89	5	5	4	3	3	4	5	2	2	4	37
90	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	46
91	5	5	5	5	5	5	1	1	2	5	39
92	5	5	5	5	4	4	5	1	4	3	41
93	4	3	4	4	5	4	3	1	5	4	37
94	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	34
95	4	4	3	5	5	4	5	1	4	4	39
96	4	3	4	4	4	4	3	1	3	4	34
97	4	3	2	4	3	4	4	1	4	4	33
98	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	35
99	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	33
100	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	36
101	5	4	4	4	2	4	1	1	4	4	33
102	5	4	4	4	4	4	1	1	4	5	36
103	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	43
104	5	4	4	5	4	4	4	2	5	4	41
105	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	36
106	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
107	4	5	3	5	5	3	3	1	3	5	37
108	2	4	5	2	5	3	5	1	2	4	33
109	4	5	5	5	5	5	4	1	4	4	42
110	5	4	4	4	4	4	5	2	4	4	40

111	4	4	5	5	5	4	3	1	4	5	40
112	5	5	4	3	4	3	2	2	2	2	32
113	5	4	5	5	5	4	5	1	4	5	43
114	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
116	5	4	4	3	3	4	3	1	3	3	33
117	4	5	3	4	3	2	5	2	4	4	36
118	5	5	5	4	5	4	3	1	1	4	37
119	3	5	4	5	5	4	5	3	4	3	41
120	2	4	2	4	4	2	1	2	4	2	27
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
122	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
123	5	5	5	5	5	5	5	1	3	3	42
124	5	4	3	5	5	4	3	1	5	5	40
125	2	2	2	4	4	2	3	1	1	1	22
126	4	5	4	4	4	4	4	1	3	4	37
127	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	31
128	4	5	4	4	5	4	4	1	1	1	33
129	5	4	3	5	4	5	4	4	3	5	42
130	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	43
131	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	44
132	4	3	5	4	3	2	2	2	4	3	32
133	4	4	4	5	4	4	5	2	4	4	40
134	4	3	5	5	5	2	5	1	5	5	40
135	3	5	4	5	5	4	5	3	4	5	43
136	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
137	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
138	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	44
139	5	5	5	5	5	4	4	1	4	5	43
140	4	4	3	4	4	4	4	2	2	5	36
141	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	43
142	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
143	4	3	2	4	2	2	2	3	3	3	28
144	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
145	3	1	4	5	4	3	2	1	4	5	32
146	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
147	4	5	3	5	3	3	5	2	5	4	39
148	4	4	4	5	3	4	3	1	4	3	35
149	5	4	5	5	5	4	5	1	2	4	40
150	2	4	4	2	5	5	5	3	4	5	39

Data Hasil Penelitian Variabel Pembelian Impulsif (Y)

[illegible]

76	5	5	3	4	5	4	4	5	2	4	41
77	4	5	3	4	4	4	5	5	3	4	41
78	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	46
79	1	1	5	1	5	5	5	5	1	5	34
80	3	4	3	4	5	4	3	3	3	3	35
81	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	37
82	3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	45
83	5	3	2	5	4	4	4	4	5	4	40
84	5	5	2	5	5	4	5	5	5	5	46
85	2	3	3	3	4	4	4	3	2	3	31
86	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
87	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
88	4	4	4	5	2	5	2	3	4	4	37
89	3	3	4	3	4	4	5	5	4	3	38
90	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
91	1	2	2	2	2	2	5	5	2	3	26
92	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
93	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	41
94	4	4	2	4	2	4	4	4	4	3	35
95	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
96	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	29
97	2	2	3	4	3	4	3	3	4	4	32
98	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38
99	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	33
100	2	2	2	2	3	3	2	4	3	3	26
101	5	5	4	5	4	4	4	2	2	4	39
102	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	34
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
104	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	40
105	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	36
106	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	38
107	5	4	3	5	3	5	5	4	3	5	42
108	4	4	4	4	4	2	4	2	5	5	38
109	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	35
110	3	4	2	4	4	5	4	4	4	4	38

111	2	3	2	2	2	4	4	5	4	3	31
112	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	34
113	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	42
114	3	3	4	4	3	5	5	4	4	3	38
115	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
116	3	4	4	4	4	3	4	3	3	5	37
117	3	3	3	3	3	5	4	4	5	5	38
118	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	39
119	3	4	4	5	5	4	4	5	4	3	41
120	4	4	4	5	2	5	4	2	4	5	39
121	4	4	4	4	5	3	4	4	5	3	40
122	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	29
123	3	3	3	3	5	4	4	4	3	4	36
124	3	4	3	3	3	5	4	4	4	3	36
125	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	25
126	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	35
127	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	35
128	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
129	4	3	4	3	5	5	5	5	5	3	42
130	3	4	3	5	5	4	5	5	4	4	42
131	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
132	3	3	2	4	5	3	4	3	2	3	32
133	2	3	3	2	2	3	2	4	5	4	30
134	1	1	3	4	4	3	4	4	3	4	31
135	4	4	5	3	5	4	3	4	4	5	41
136	5	5	2	5	4	4	5	4	5	4	43
137	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	40
138	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	39
139	2	4	3	3	2	3	4	5	4	4	34
140	2	3	3	4	4	4	4	4	5	4	37
141	4	4	3	4	3	5	4	5	4	4	40
142	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	46
143	3	2	3	3	4	2	4	2	3	3	29
144	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	36
145	4	5	3	4	4	3	4	4	5	3	39
146	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4	34
147	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
148	4	3	2	4	4	3	4	5	3	3	35
149	3	4	5	3	5	4	5	5	3	2	39
150	3	3	5	5	5	1	5	5	5	5	42

Lampiran 3.
Hasil Uji Data Kuesioner

JenisKelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	42	28,0	28,0	28,0
	Wanita	108	72,0	72,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 Tahun	1	0,7	0,7	0,7
	16 Tahun	3	2,0	2,0	2,7
	17 Tahun	3	2,0	2,0	4,7
	17 Tahunn	3	2,0	2,0	6,7
	18 Tahun	12	8,0	8,0	14,7
	19 Tahun	9	6,0	6,0	20,7
	20 Tahun	28	18,7	18,7	39,3
	21 Tahun	35	23,3	23,3	62,7
	22 Tahun	19	12,7	12,7	75,3
	23 Tahun	12	8,0	8,0	83,3
	24 Tahun	8	5,3	5,3	88,7
	25 Tahun	6	4,0	4,0	92,7
	26 Tahun	11	7,3	7,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	D1/D2/D3	3	2,0	2,0	2,0
	S1	42	28,0	28,0	30,0
	S2	1	0,7	0,7	30,7
	SMA/SMK	103	68,7	68,7	99,3
	SMP	1	0,7	0,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Hasil Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Strategi Pemasaran	150	33,00	17,00	50,00	36,3600	6,71898	45,145
Kontrol Diri	150	35,00	15,00	50,00	33,6200	6,45134	41,620
Literasi Ekonomi	150	30,00	20,00	50,00	38,1867	5,81872	33,858
Pembelian Impulsif	150	30,00	20,00	50,00	37,8333	5,88299	34,610
Valid N (listwise)	150						

Hasil Uji Frekuensi Strategi Pemasaran (X1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	4	2,7	2,7	2,7
	2,00	19	12,7	12,7	15,3
	3,00	38	25,3	25,3	40,7
	4,00	55	36,7	36,7	77,3
	5,00	34	22,7	22,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	0,7	0,7	0,7
	2,00	20	13,3	13,3	14,0
	3,00	23	15,3	15,3	29,3
	4,00	68	45,3	45,3	74,7
	5,00	38	25,3	25,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	5	3,3	3,3	3,3
	2,00	22	14,7	14,7	18,0
	3,00	40	26,7	26,7	44,7
	4,00	45	30,0	30,0	74,7
	5,00	38	25,3	25,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	9	6,0	6,0	6,0
	2,00	31	20,7	20,7	26,7
	3,00	46	30,7	30,7	57,3
	4,00	42	28,0	28,0	85,3
	5,00	22	14,7	14,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	2,0	2,0	2,0
	2,00	7	4,7	4,7	6,7
	3,00	18	12,0	12,0	18,7
	4,00	54	36,0	36,0	54,7
	5,00	68	45,3	45,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	0,7	0,7	0,7
	2,00	15	10,0	10,0	10,7
	3,00	44	29,3	29,3	40,0
	4,00	55	36,7	36,7	76,7
	5,00	35	23,3	23,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	4	2,7	2,7	2,7
	2,00	19	12,7	12,7	15,3
	3,00	46	30,7	30,7	46,0
	4,00	51	34,0	34,0	80,0
	5,00	30	20,0	20,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	2,0	2,0	2,0
	2,00	25	16,7	16,7	18,7
	3,00	43	28,7	28,7	47,3
	4,00	58	38,7	38,7	86,0
	5,00	21	14,0	14,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	1,3	1,3	1,3
	2,00	23	15,3	15,3	16,7
	3,00	41	27,3	27,3	44,0
	4,00	56	37,3	37,3	81,3
	5,00	28	18,7	18,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	0,7	0,7	0,7
	2,00	18	12,0	12,0	12,7
	3,00	48	32,0	32,0	44,7
	4,00	59	39,3	39,3	84,0
	5,00	24	16,0	16,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Hasil Uji Frekuensi Kontrol Diri (X2)

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	6	4,0	4,0	4,0
	2,00	35	23,3	23,3	27,3
	3,00	57	38,0	38,0	65,3
	4,00	38	25,3	25,3	90,7
	5,00	14	9,3	9,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	6	4,0	4,0	4,0
	2,00	21	14,0	14,0	18,0
	3,00	50	33,3	33,3	51,3
	4,00	64	42,7	42,7	94,0
	5,00	9	6,0	6,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	19	12,7	12,7	12,7
	2,00	32	21,3	21,3	34,0
	3,00	41	27,3	27,3	61,3
	4,00	35	23,3	23,3	84,7
	5,00	23	15,3	15,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	7	4,7	4,7	4,7
	2,00	23	15,3	15,3	20,0
	3,00	44	29,3	29,3	49,3
	4,00	48	32,0	32,0	81,3
	5,00	28	18,7	18,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	2,0	2,0	2,0
	2,00	10	6,7	6,7	8,7
	3,00	49	32,7	32,7	41,3
	4,00	59	39,3	39,3	80,7
	5,00	29	19,3	19,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	2,0	2,0	2,0
	2,00	15	10,0	10,0	12,0
	3,00	42	28,0	28,0	40,0
	4,00	67	44,7	44,7	84,7
	5,00	23	15,3	15,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	1,3	1,3	1,3
	2,00	17	11,3	11,3	12,7
	3,00	34	22,7	22,7	35,3
	4,00	60	40,0	40,0	75,3
	5,00	37	24,7	24,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	8	5,3	5,3	5,3
	2,00	29	19,3	19,3	24,7
	3,00	44	29,3	29,3	54,0
	4,00	48	32,0	32,0	86,0
	5,00	21	14,0	14,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	17	11,3	11,3	11,3
	2,00	41	27,3	27,3	38,7
	3,00	40	26,7	26,7	65,3
	4,00	38	25,3	25,3	90,7
	5,00	14	9,3	9,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	5	3,3	3,3	3,3
	2,00	22	14,7	14,7	18,0
	3,00	53	35,3	35,3	53,3
	4,00	53	35,3	35,3	88,7
	5,00	17	11,3	11,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Hasil Uji Frekuensi Literasi Ekonomi (X3)**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	0,7	0,7	0,7
	2,00	8	5,3	5,3	6,0
	3,00	21	14,0	14,0	20,0
	4,00	60	40,0	40,0	60,0
	5,00	60	40,0	40,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	1,3	1,3	1,3
	2,00	7	4,7	4,7	6,0
	3,00	32	21,3	21,3	27,3
	4,00	62	41,3	41,3	68,7
	5,00	47	31,3	31,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	6	4,0	4,0	4,0
	3,00	25	16,7	16,7	20,7
	4,00	73	48,7	48,7	69,3
	5,00	46	30,7	30,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	7	4,7	4,7	4,7
	3,00	15	10,0	10,0	14,7
	4,00	61	40,7	40,7	55,3
	5,00	67	44,7	44,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	8	5,3	5,3	5,3
	3,00	23	15,3	15,3	20,7
	4,00	51	34,0	34,0	54,7
	5,00	68	45,3	45,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	12	8,0	8,0	8,0
	3,00	27	18,0	18,0	26,0
	4,00	72	48,0	48,0	74,0
	5,00	39	26,0	26,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	9	6,0	6,0	6,0
	2,00	18	12,0	12,0	18,0
	3,00	28	18,7	18,7	36,7
	4,00	36	24,0	24,0	60,7
	5,00	59	39,3	39,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	55	36,7	36,7	36,7
	2,00	39	26,0	26,0	62,7
	3,00	27	18,0	18,0	80,7
	4,00	17	11,3	11,3	92,0
	5,00	12	8,0	8,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X3.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	7	4,7	4,7	4,7
	2,00	13	8,7	8,7	13,3
	3,00	40	26,7	26,7	40,0
	4,00	55	36,7	36,7	76,7
	5,00	35	23,3	23,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

X3.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	2,0	2,0	2,0
	2,00	10	6,7	6,7	8,7
	3,00	31	20,7	20,7	29,3
	4,00	55	36,7	36,7	66,0
	5,00	51	34,0	34,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Hasil Uji Frekuensi Pembelian Impulsif (Y)

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	5	3,3	3,3	3,3
	2,00	23	15,3	15,3	18,7
	3,00	48	32,0	32,0	50,7
	4,00	48	32,0	32,0	82,7
	5,00	26	17,3	17,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	1,3	1,3	1,3
	2,00	12	8,0	8,0	9,3
	3,00	41	27,3	27,3	36,7
	4,00	56	37,3	37,3	74,0
	5,00	39	26,0	26,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	1,3	1,3	1,3
	2,00	20	13,3	13,3	14,7
	3,00	60	40,0	40,0	54,7
	4,00	46	30,7	30,7	85,3
	5,00	22	14,7	14,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	0,7	0,7	0,7
	2,00	11	7,3	7,3	8,0
	3,00	38	25,3	25,3	33,3
	4,00	63	42,0	42,0	75,3
	5,00	37	24,7	24,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	11	7,3	7,3	7,3
	3,00	32	21,3	21,3	28,7
	4,00	66	44,0	44,0	72,7
	5,00	41	27,3	27,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Y1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	0,7	0,7	0,7
	2,00	8	5,3	5,3	6,0
	3,00	42	28,0	28,0	34,0
	4,00	59	39,3	39,3	73,3
	5,00	40	26,7	26,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Y1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	5	3,3	3,3	3,3
	3,00	30	20,0	20,0	23,3
	4,00	70	46,7	46,7	70,0
	5,00	45	30,0	30,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Y1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	7	4,7	4,7	4,7
	3,00	30	20,0	20,0	24,7
	4,00	63	42,0	42,0	66,7
	5,00	50	33,3	33,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Y1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	1,3	1,3	1,3
	2,00	12	8,0	8,0	9,3
	3,00	46	30,7	30,7	40,0
	4,00	60	40,0	40,0	80,0
	5,00	30	20,0	20,0	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Y.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	6	4,0	4,0	4,0
	3,00	51	34,0	34,0	38,0
	4,00	61	40,7	40,7	78,7
	5,00	32	21,3	21,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Hasil Uji Validitas Strategi Pemasaran (X1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	32,7200	37,747	0,487	0,850
X1.2	32,5467	38,585	0,456	0,852
X1.3	32,7667	34,959	0,676	0,833
X1.4	33,1133	35,766	0,604	0,840
X1.5	32,1800	37,692	0,557	0,844
X1.6	32,6400	38,004	0,528	0,846
X1.7	32,8000	36,805	0,580	0,842
X1.8	32,9000	36,936	0,598	0,840
X1.9	32,7933	35,964	0,677	0,833
X1.10	32,7800	39,032	0,457	0,852

Hasil Uji Reabilitas Strategi Pemasaran (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,857	10

Hasil Uji Validitas Kontrol Diri (X2)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	30,4933	34,829	0,487	0,805
X2.2	30,2933	34,652	0,557	0,799
X2.3	30,5467	32,330	0,541	0,800
X2.4	30,1733	32,601	0,620	0,790
X2.5	29,9467	38,346	0,209	0,830
X2.6	30,0067	34,987	0,522	0,802
X2.7	29,8667	33,808	0,589	0,795
X2.8	30,3200	33,186	0,572	0,796
X2.9	30,6800	34,098	0,453	0,810
X2.10	30,2533	35,036	0,485	0,805

Hasil Uji Reabilitas Kontrol Diri (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,820	10

Hasil Uji Validitas Literasi Ekonomi (X3)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	34,0533	28,950	0,426	0,773
X3.2	34,2200	28,871	0,422	0,773
X3.3	34,1267	28,662	0,535	0,763
X3.4	33,9333	28,949	0,480	0,768
X3.5	33,9933	27,899	0,551	0,759
X3.6	34,2667	27,740	0,584	0,756
X3.7	34,4000	26,067	0,487	0,767
X3.8	35,9067	29,790	0,172	0,815
X3.9	34,5333	27,123	0,499	0,764
X3.10	34,2467	26,670	0,600	0,751

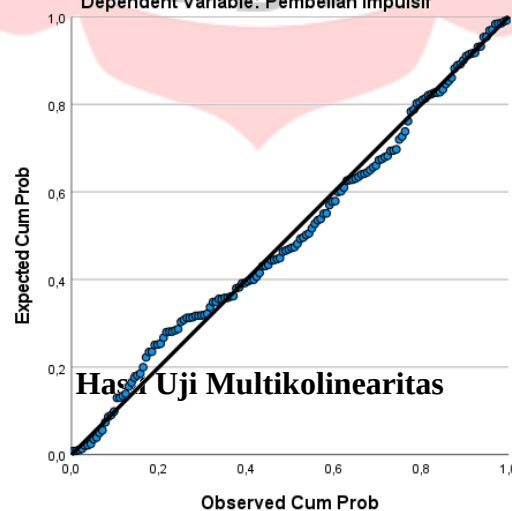
Hasil Uji Reabilitas Literasi Ekonomi (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,788	10

Hasil Uji Normalitas

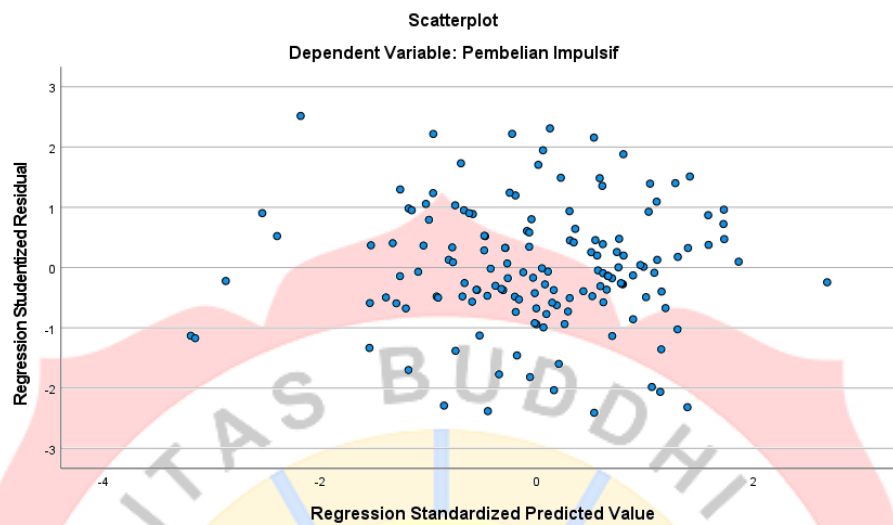
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Pembelian Impulsif



Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,707 ^a	0,500	0,490	4,20239

a. Predictors: (Constant), Literasi Ekonomi, Strategi Pemasaran, Kontrol Diri

Hasil Uji T

Regresi Linear Sederhana X1 Terhadap Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21.466	2.282		9.405	.000
Strategi Pemasaran	.450	.062	.514	7.292	.000

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Regresi Linear Sederhana X2 Terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.357	2.108		9.657	.000
	Kontrol Diri	.520	.062	.570	8.440	.000

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Regresi Linear Sederhana X3 Terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.348	2.548		5.631	.000
	Literasi Ekonomi	.615	.066	.608	9.324	.000

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2578,457	3	859,486	48,668	0,000 ^b
	Residual	2578,376	146	17,660		
	Total	5156,833	149			

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

b. Predictors: (Constant), Literasi Ekonomi, Strategi Pemasaran, Kontrol Diri

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,701	2,545		3,025	0,003		
	Strategi Pemasaran	0,170	0,065	0,194	2,606	0,010	0,615	1,625
	Kontrol Diri	0,239	0,071	0,262	3,387	0,001	0,571	1,750
	Literasi Ekonomi	0,417	0,067	0,412	6,174	0,000	0,769	1,300

a. Dependent Variable: Pembelian Impulsif

Tabel T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
1	1,000000	3,077684	6,313752	12,706205	31,820516	63,656741	318,308839
2	0,816497	1,885618	2,919986	4,302653	6,964557	9,924843	22,327125
3	0,764892	1,637744	2,353363	3,182446	4,540703	5,840909	10,214532
4	0,740697	1,533206	2,131847	2,776445	3,746947	4,604095	7,173182
5	0,726687	1,475884	2,015048	2,570582	3,364930	4,032143	5,893430
6	0,717558	1,439756	1,943180	2,446912	3,142668	3,707428	5,207626
7	0,711142	1,414924	1,894579	2,364624	2,997952	3,499483	4,785290
8	0,706387	1,396815	1,859548	2,306004	2,896459	3,355387	4,500791
9	0,702722	1,383029	1,833113	2,262157	2,821438	3,249836	4,296806
10	0,699812	1,372184	1,812461	2,228139	2,763769	3,169273	4,143700
11	0,697445	1,363430	1,795885	2,200985	2,718079	3,105807	4,024701
12	0,695483	1,356217	1,782288	2,178813	2,680998	3,054540	3,929633
13	0,693829	1,350171	1,770933	2,160369	2,650309	3,012276	3,851982
14	0,692417	1,345030	1,761310	2,144787	2,624494	2,976843	3,787390
15	0,691197	1,340606	1,753050	2,131450	2,602480	2,946713	3,732834
16	0,690132	1,336757	1,745884	2,119905	2,583487	2,920782	3,686155
17	0,689195	1,333379	1,739607	2,109816	2,566934	2,898231	3,645767
18	0,688364	1,330391	1,734064	2,100922	2,552380	2,878440	3,610485
19	0,687621	1,327728	1,729133	2,093024	2,539483	2,860935	3,579400
20	0,686954	1,325341	1,724718	2,085963	2,527977	2,845340	3,551808
21	0,686352	1,323188	1,720743	2,079614	2,517648	2,831360	3,527154
22	0,685805	1,321237	1,717144	2,073873	2,508325	2,818756	3,504992
23	0,685306	1,319460	1,713872	2,068658	2,499867	2,807336	3,484964
24	0,684850	1,317836	1,710882	2,063899	2,492159	2,796940	3,466777
25	0,684430	1,316345	1,708141	2,059539	2,485107	2,787436	3,450189
26	0,684043	1,314972	1,705618	2,055529	2,478630	2,778715	3,434997
27	0,683685	1,313703	1,703288	2,051831	2,472660	2,770683	3,421034
28	0,683353	1,312527	1,701131	2,048407	2,467140	2,763262	3,408155
29	0,683044	1,311434	1,699127	2,045230	2,462021	2,756386	3,396240
30	0,682756	1,310415	1,697261	2,042272	2,457262	2,749996	3,385185
31	0,682486	1,309464	1,695519	2,039513	2,452824	2,744042	3,374899
32	0,682234	1,308573	1,693889	2,036933	2,448678	2,738481	3,365306
33	0,681997	1,307737	1,692360	2,034515	2,444794	2,733277	3,356337
34	0,681774	1,306952	1,690924	2,032245	2,441150	2,728394	3,347934
35	0,681564	1,306212	1,689572	2,030108	2,437723	2,723806	3,340045
36	0,681366	1,305514	1,688298	2,028094	2,434494	2,719485	3,332624
37	0,681178	1,304854	1,687094	2,026192	2,431447	2,715409	3,325631
38	0,681001	1,304230	1,685954	2,024394	2,428568	2,711558	3,319030
39	0,680833	1,303639	1,684875	2,022691	2,425841	2,707913	3,312788
40	0,680673	1,303077	1,683851	2,021075	2,423257	2,704459	3,306878

41	0,680521	1,302543	1,682878	2,019541	2,420803	2,701181	3,301273
42	0,680376	1,302035	1,681952	2,018082	2,418470	2,698066	3,295951
43	0,680238	1,301552	1,681071	2,016692	2,416250	2,695102	3,290890
44	0,680107	1,301090	1,680230	2,015368	2,414134	2,692278	3,286072
45	0,679981	1,300649	1,679427	2,014103	2,412116	2,689585	3,281480
46	0,679861	1,300228	1,678660	2,012896	2,410188	2,687013	3,277098
47	0,679746	1,299825	1,677927	2,011741	2,408345	2,684556	3,272912
48	0,679635	1,299439	1,677224	2,010635	2,406581	2,682204	3,268910
49	0,679530	1,299069	1,676551	2,009575	2,404892	2,679952	3,265079
50	0,679428	1,298714	1,675905	2,008559	2,403272	2,677793	3,261409
51	0,679331	1,298373	1,675285	2,007584	2,401718	2,675722	3,257890
52	0,679237	1,298045	1,674689	2,006647	2,400225	2,673734	3,254512
53	0,679147	1,297730	1,674116	2,005746	2,398790	2,671823	3,251268
54	0,679060	1,297426	1,673565	2,004879	2,397410	2,669985	3,248149
55	0,678977	1,297134	1,673034	2,004045	2,396081	2,668216	3,245149
56	0,678896	1,296853	1,672522	2,003241	2,394801	2,666512	3,242261
57	0,678818	1,296581	1,672029	2,002465	2,393568	2,664870	3,239478
58	0,678743	1,296319	1,671553	2,001717	2,392377	2,663287	3,236795
59	0,678671	1,296066	1,671093	2,000995	2,391229	2,661759	3,234207
60	0,678601	1,295821	1,670649	2,000298	2,390119	2,660283	3,231709
61	0,678533	1,295585	1,670219	1,999624	2,389047	2,658857	3,229296
62	0,678467	1,295356	1,669804	1,998972	2,388011	2,657479	3,226964
63	0,678404	1,295134	1,669402	1,998341	2,387008	2,656145	3,224709
64	0,678342	1,294920	1,669013	1,997730	2,386037	2,654854	3,222527
65	0,678283	1,294712	1,668636	1,997138	2,385097	2,653604	3,220414
66	0,678225	1,294511	1,668271	1,996564	2,384186	2,652394	3,218368
67	0,678169	1,294315	1,667916	1,996008	2,383302	2,651220	3,216386
68	0,678115	1,294126	1,667572	1,995469	2,382446	2,650081	3,214463
69	0,678062	1,293942	1,667239	1,994945	2,381615	2,648977	3,212599
70	0,678011	1,293763	1,666914	1,994437	2,380807	2,647905	3,210789
71	0,677961	1,293589	1,666600	1,993943	2,380024	2,646863	3,209032
72	0,677912	1,293421	1,666294	1,993464	2,379262	2,645852	3,207326
73	0,677865	1,293256	1,665996	1,992997	2,378522	2,644869	3,205668
74	0,677820	1,293097	1,665707	1,992543	2,377802	2,643913	3,204056
75	0,677775	1,292941	1,665425	1,992102	2,377102	2,642983	3,202489
76	0,677732	1,292790	1,665151	1,991673	2,376420	2,642078	3,200964
77	0,677689	1,292643	1,664885	1,991254	2,375757	2,641198	3,199480
78	0,677648	1,292500	1,664625	1,990847	2,375111	2,640340	3,198035
79	0,677608	1,292360	1,664371	1,990450	2,374482	2,639505	3,196628
80	0,677569	1,292224	1,664125	1,990063	2,373868	2,638691	3,195258
81	0,677531	1,292091	1,663884	1,989686	2,373270	2,637897	3,193922
82	0,677493	1,291961	1,663649	1,989319	2,372687	2,637123	3,192619
83	0,677457	1,291835	1,663420	1,988960	2,372119	2,636369	3,191349
84	0,677422	1,291711	1,663197	1,988610	2,371564	2,635632	3,190111
85	0,677387	1,291591	1,662978	1,988268	2,371022	2,634914	3,188902
86	0,677353	1,291473	1,662765	1,987934	2,370493	2,634212	3,187722
87	0,677320	1,291358	1,662557	1,987608	2,369977	2,633527	3,186569
88	0,677288	1,291246	1,662354	1,987290	2,369472	2,632858	3,185444
89	0,677256	1,291136	1,662155	1,986979	2,368979	2,632204	3,184345
90	0,677225	1,291029	1,661961	1,986675	2,368497	2,631565	3,183271
91	0,677195	1,290924	1,661771	1,986377	2,368026	2,630940	3,182221
92	0,677166	1,290821	1,661585	1,986086	2,367566	2,630330	3,181194
93	0,677137	1,290721	1,661404	1,985802	2,367115	2,629732	3,180191
94	0,677109	1,290623	1,661226	1,985523	2,366674	2,629148	3,179209
95	0,677081	1,290527	1,661052	1,985251	2,366243	2,628576	3,178248
96	0,677054	1,290432	1,660881	1,984984	2,365821	2,628016	3,177308
97	0,677027	1,290340	1,660715	1,984723	2,365407	2,627468	3,176387
98	0,677001	1,290250	1,660551	1,984467	2,365002	2,626931	3,175486
99	0,676976	1,290161	1,660391	1,984217	2,364606	2,626405	3,174604
100	0,676951	1,290075	1,660234	1,983972	2,364217	2,625891	3,173739

101	0,676927	1,289990	1,660081	1,983731	2,363837	2,625386	3,172893
102	0,676903	1,289907	1,659930	1,983495	2,363464	2,624891	3,172063
103	0,676879	1,289825	1,659782	1,983264	2,363098	2,624407	3,171250
104	0,676856	1,289745	1,659637	1,983038	2,362739	2,623932	3,170452
105	0,676833	1,289666	1,659495	1,982815	2,362388	2,623465	3,169670
106	0,676811	1,289589	1,659356	1,982597	2,362043	2,623008	3,168904
107	0,676790	1,289514	1,659219	1,982383	2,361704	2,622560	3,168152
108	0,676768	1,289439	1,659085	1,982173	2,361372	2,622120	3,167414
109	0,676747	1,289367	1,658953	1,981967	2,361046	2,621688	3,166690
110	0,676727	1,289295	1,658824	1,981765	2,360726	2,621265	3,165979
111	0,676706	1,289225	1,658697	1,981567	2,360412	2,620849	3,165282
112	0,676687	1,289156	1,658573	1,981372	2,360104	2,620440	3,164597
113	0,676667	1,289088	1,658450	1,981180	2,359801	2,620039	3,163925
114	0,676648	1,289022	1,658330	1,980992	2,359504	2,619645	3,163265
115	0,676629	1,288957	1,658212	1,980808	2,359212	2,619258	3,162616
116	0,676611	1,288892	1,658096	1,980626	2,358924	2,618878	3,161979
117	0,676592	1,288829	1,657982	1,980448	2,358642	2,618504	3,161353
118	0,676575	1,288767	1,657870	1,980272	2,358365	2,618137	3,160738
119	0,676557	1,288706	1,657759	1,980100	2,358093	2,617776	3,160133
120	0,676540	1,288646	1,657651	1,979930	2,357825	2,617421	3,159539
121	0,676523	1,288587	1,657544	1,979764	2,357561	2,617072	3,158954
122	0,676506	1,288529	1,657439	1,979600	2,357302	2,616729	3,158380
123	0,676490	1,288472	1,657336	1,979439	2,357047	2,616392	3,157815
124	0,676473	1,288416	1,657235	1,979280	2,356797	2,616060	3,157259
125	0,676458	1,288361	1,657135	1,979124	2,356550	2,615733	3,156712
126	0,676442	1,288307	1,657037	1,978971	2,356307	2,615412	3,156175
127	0,676426	1,288253	1,656940	1,978820	2,356069	2,615096	3,155645
128	0,676411	1,288200	1,656845	1,978671	2,355834	2,614785	3,155125
129	0,676396	1,288149	1,656752	1,978524	2,355602	2,614479	3,154612
130	0,676382	1,288098	1,656659	1,978380	2,355375	2,614177	3,154107
131	0,676367	1,288047	1,656569	1,978239	2,355150	2,613880	3,153611
132	0,676353	1,287998	1,656479	1,978099	2,354930	2,613588	3,153122
133	0,676339	1,287949	1,656391	1,977961	2,354712	2,613300	3,152640
134	0,676325	1,287901	1,656305	1,977826	2,354498	2,613017	3,152166
135	0,676311	1,287854	1,656219	1,977692	2,354287	2,612738	3,151699
136	0,676298	1,287807	1,656135	1,977561	2,354079	2,612463	3,151239
137	0,676285	1,287762	1,656052	1,977431	2,353875	2,612192	3,150786
138	0,676272	1,287716	1,655970	1,977304	2,353673	2,611925	3,150339
139	0,676259	1,287672	1,655890	1,977178	2,353474	2,611662	3,149899
140	0,676246	1,287628	1,655811	1,977054	2,353278	2,611403	3,149466
141	0,676234	1,287585	1,655732	1,976931	2,353085	2,611147	3,149038
142	0,676221	1,287542	1,655655	1,976811	2,352895	2,610895	3,148617
143	0,676209	1,287500	1,655579	1,976692	2,352707	2,610647	3,148202
144	0,676197	1,287458	1,655504	1,976575	2,352522	2,610402	3,147792
145	0,676185	1,287417	1,655430	1,976460	2,352340	2,610161	3,147389
146	0,676174	1,287377	1,655357	1,976346	2,352160	2,609923	3,146991
147	0,676162	1,287337	1,655285	1,976233	2,351983	2,609688	3,146598
148	0,676151	1,287298	1,655215	1,976122	2,351808	2,609456	3,146211
149	0,676140	1,287259	1,655145	1,976013	2,351635	2,609228	3,145829
150	0,676129	1,287221	1,655076	1,975905	2,351465	2,609003	3,145453
151	0,676118	1,287183	1,655007	1,975799	2,351297	2,608780	3,145081
152	0,676107	1,287146	1,654940	1,975694	2,351131	2,608561	3,144714
153	0,676097	1,287109	1,654874	1,975590	2,350967	2,608344	3,144353
154	0,676086	1,287073	1,654808	1,975488	2,350806	2,608131	3,143996
155	0,676076	1,287037	1,654744	1,975387	2,350646	2,607920	3,143643
156	0,676066	1,287002	1,654680	1,975288	2,350489	2,607712	3,143296
157	0,676056	1,286967	1,654617	1,975189	2,350334	2,607506	3,142952
158	0,676046	1,286933	1,654555	1,975092	2,350180	2,607304	3,142613
159	0,676036	1,286899	1,654494	1,974996	2,350029	2,607103	3,142279
160	0,676026	1,286865	1,654433	1,974902	2,349880	2,606906	3,141949

161	0,676017	1,286832	1,654373	1,974808	2,349732	2,606711	3,141623
162	0,676007	1,286799	1,654314	1,974716	2,349586	2,606518	3,141301
163	0,675998	1,286767	1,654256	1,974625	2,349442	2,606328	3,140983
164	0,675989	1,286735	1,654198	1,974535	2,349300	2,606140	3,140669
165	0,675980	1,286703	1,654141	1,974446	2,349160	2,605954	3,140358
166	0,675971	1,286672	1,654085	1,974358	2,349021	2,605770	3,140052
167	0,675962	1,286641	1,654029	1,974271	2,348884	2,605589	3,139749
168	0,675953	1,286611	1,653974	1,974185	2,348749	2,605410	3,139450
169	0,675944	1,286581	1,653920	1,974100	2,348615	2,605233	3,139155
170	0,675936	1,286551	1,653866	1,974017	2,348483	2,605058	3,138863
171	0,675927	1,286522	1,653813	1,973934	2,348352	2,604886	3,138575
172	0,675919	1,286493	1,653761	1,973852	2,348223	2,604715	3,138290
173	0,675911	1,286464	1,653709	1,973771	2,348096	2,604546	3,138008
174	0,675902	1,286436	1,653658	1,973691	2,347970	2,604379	3,137729
175	0,675894	1,286408	1,653607	1,973612	2,347845	2,604215	3,137454
176	0,675886	1,286380	1,653557	1,973534	2,347722	2,604052	3,137182
177	0,675878	1,286353	1,653508	1,973457	2,347600	2,603891	3,136913
178	0,675871	1,286326	1,653459	1,973381	2,347479	2,603731	3,136648
179	0,675863	1,286299	1,653411	1,973305	2,347360	2,603574	3,136385
180	0,675855	1,286272	1,653363	1,973231	2,347243	2,603418	3,136125
181	0,675848	1,286246	1,653316	1,973157	2,347126	2,603264	3,135868
182	0,675840	1,286220	1,653269	1,973084	2,347011	2,603112	3,135614
183	0,675833	1,286195	1,653223	1,973012	2,346897	2,602961	3,135363
184	0,675825	1,286169	1,653177	1,972941	2,346785	2,602813	3,135114
185	0,675818	1,286144	1,653132	1,972870	2,346673	2,602665	3,134868
186	0,675811	1,286120	1,653087	1,972800	2,346563	2,602520	3,134625
187	0,675804	1,286095	1,653043	1,972731	2,346454	2,602376	3,134385
188	0,675797	1,286071	1,652999	1,972663	2,346346	2,602233	3,134147
189	0,675790	1,286047	1,652956	1,972595	2,346240	2,602092	3,133911
190	0,675783	1,286023	1,652913	1,972528	2,346134	2,601952	3,133679
191	0,675776	1,286000	1,652871	1,972462	2,346030	2,601814	3,133448
192	0,675770	1,285976	1,652829	1,972396	2,345926	2,601678	3,133220
193	0,675763	1,285953	1,652787	1,972332	2,345824	2,601543	3,132995
194	0,675756	1,285931	1,652746	1,972268	2,345723	2,601409	3,132772
195	0,675750	1,285908	1,652705	1,972204	2,345623	2,601276	3,132551
196	0,675744	1,285886	1,652665	1,972141	2,345524	2,601145	3,132332
197	0,675737	1,285864	1,652625	1,972079	2,345425	2,601016	3,132116
198	0,675731	1,285842	1,652586	1,972017	2,345328	2,600887	3,131902
199	0,675725	1,285820	1,652547	1,971957	2,345232	2,600760	3,131690
200	0,675718	1,285799	1,652508	1,971896	2,345137	2,600634	3,131480

Tabel F

**Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas =
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 Probabilitas = 0,05

df untuk penyebu t(N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80

78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

df untuk penyebu t(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

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

df untuk penyebu t(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
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73

156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	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
173	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
174	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
175	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
176	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
177	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
178	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
179	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
180	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

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

df untuk penyebu t(N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	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
182	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
183	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
184	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
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72

Tabel R

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703

29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110

60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242

99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822

132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

©	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554

162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

