

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berikut ini dapat dikemukakan pengaruh promosi, diskon, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT Sentra Kemika Persada berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya:

1. Kesimpulan Umum

a) Variabel Promosi (X1)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner mengenai promosi dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden menyatakan bahwa responden sebanyak 53,89% menjawab setuju mengenai promosi di PT Sentra Kemika Persada dapat meningkatkan penjualan.

b) Variabel Diskon (X2)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner mengenai diskon dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden menyatakan bahwa responden sebanyak 48,67% menjawab sangat setuju mengenai diskon di PT Sentra Kemika Persada dapat meningkatkan repeat order.

c) Variabel Kualitas Produk (X3)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner mengenai kualitas produk dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden menyatakan bahwa responden sebanyak 52,13%

menjawab setuju mengenai kualitas produk di PT Sentra Kemika Persada dapat meningkatkan keputusan pembelian.

d) Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner mengenai keputusan pembelian dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden menyatakan bahwa responden sebanyak 56,17% menjawab sangat setuju mengenai diskon di PT Sentra Kemika Persada sudah sesuai dengan target potensial dari perusahaan baik dari target penjualan maupun komisi dalam penjualan.

2. Kesimpulan Khusus

- a) Hasil perhitungan koefisien korelasi untuk variabel promosi sebesar 0,558. Hal ini berarti pengaruh variabel promosi terhadap variabel keputusan pembelian memiliki hubungan korelasi yang positif dan kuat. Untuk variabel diskon menunjukkan angka koefisien korelasi yaitu sebesar 0,501. Hal ini berarti pengaruh variabel diskon terhadap variabel keputusan pembelian memiliki hubungan korelasi yang positif dan kuat. Untuk variabel kualitas produk menunjukkan angka koefisien korelasi yaitu sebesar 0,479. Hal ini berarti pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian memiliki hubungan korelasi yang positif dan kuat. Pengaruh yang positif menunjukkan semakin baik promosi, diskon dan kualitas produk akan mempengaruhi keputusan pembelian pada PT Sentra Kemika Persada.

- b) Hasil perhitungan koefisien determinasi untuk variabel promosi, diskon dan kualitas produk sebesar 0.389. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel promosi, diskon dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah 38.9%. sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti sebesar 62,1% seperti harga, merek, keamanan produk dan lain sebagainya.
- c) Variabel Promosi (X1) diperoleh nilai distribusi t tabel adalah 1,984 dan memiliki thitung lebih besar dari ttabel atau $2,814 > 1,984$ yang berarti hipotesis diterima. Ini menunjukkan bahwa promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- d) Variabel Diskon (X2) diperoleh nilai distribusi t tabel adalah 1,984 dan memiliki thitung lebih besar dari ttabel atau $2,824 > 1,984$ yang berarti hipotesis diterima. Ini menunjukkan bahwa diskon memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- e) Variabel Kualitas Produk (X3) diperoleh nilai distribusi t tabel adalah 1,984 dan memiliki thitung lebih besar dari ttabel atau $2,541 > 1,984$ yang berarti hipotesis diterima. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- f) Hasil perhitungan uji simultan variabel Promosi, Diskon dan Kualitas Produk dengan nilai Fhitung sebesar 22.016 lebih besar dari

Ftabel sebesar 2,70 atau 22.016 > 2.70 dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga terdapat pengaruh secara simultan antara promosi, diskon dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

Saran yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut berdasarkan temuan penelitian dan kesimpulan yang ditarik.

1. Bagi Perusahaan

- a) Pada variabel kualitas produk menunjukkan hasil yang kurang baik. Oleh karena itu saran penulis kepada perusahaan adalah agar dapat meningkatkan kualitas produk terutama pada kinerja seperti meningkatkan kenyamanan dan manfaat produk secara maksimal kepada konsumen, serta kesesuaian produk sesuai spesifikasi dengan cara meningkatkan standart kualitas produk mengenai bahan yang digunakan.
- b) Hasil model summary menunjukkan 62,1% keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh promosi, diskon dan kualitas produk tetapi dipengaruhi juga oleh beberapa faktor diantaranya harga, merek, dan keamanan produk. Penulis menyarankan kepada perusahaan memperhatikan faktor-faktor tersebut seperti perusahaan dapat memberikan harga yang terjangkau, merek yang baik dengan mempertahankan dan meningkatkan brand image serta keamanan produk dengan cara memberikan garansi produk maupun

tanggung jawab lainnya pada hal-hal negatif yang terjadi dari penggunaan produk kimia tersebut.



DAFTAR PUSTAKA

- AI Agustina. (2022). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Amalia Yunia Rahmawati. (2020). 済無No Title No Title No Title. *July*, 1–23.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Asbara, I. W. . & B. J. (2023). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Membeli Kartu GSM. *Economics and Digital Business Review*, , 4(1), 611–625.
- Ayuningtyas, D. P., Parji, & M.Hanif. (2022). Monumen Panglima Besar Jenderal Soedirman Di Pakis Baru Nawangan Pacitan (Makna Simbolik Dan Potensinya Sebagai Sumber Belajar Ips Smp/Mts). *Pendidikan IPS Indonesia*, 6(1), 23–33. <https://doi.org/10.23887/pips.v6i1.1163>
- Darmanto, N., Syaputra, D., & Ridwan, M. (2022). Pengaruh strategi komunikasi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan pada alfamart zenii kostrad srengseng sawah jakarta selatan. *Jurnal Ilmiah Publipreneur*, 10(1), 65–77.
- Dwi, L. A., Jannah, M., Qomariyah, N., Fawaid, M. H., & Aufa, M. A. (2023). Keputusan Konsumen dalam Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Tax and Finance*, 1(1), 1–10. <https://journalekonomipedia.com/index.php/tf>
- Fikriyah, S., Mayasari, A., Ulfah, U., & Arifudin, O. (2022). Peran Orang Tua Terhadap Pembentukan Karakter Anak Dalam Menyikapi Bullying. *Jurnal Tahsinia*, 3(1), 11–19. <https://doi.org/10.57171/jt.v3i1.306>
- Fortuna, C. D., & Setiadi, S. (2022). Analisis Pengaruh Surat Paksa Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Atas Penghasilan Pajak Orang Pribadi (Studi Kasus Wpop Pada Kpp Pratama Bekasi Barat Periode 2016-2018). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 2(2), 79–88.
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Hidayati, S. N., Rachmawati, E., R, T. S. M., & Kharismasyah, A. Y. (2023). *Volume . 19 Issue 1 (2023) Pages 209-222 INOVASI : Jurnal Ekonomi , Keuangan dan Manajemen ISSN : 0216-7786 (Print) 2528-1097 (Online) Pengaruh citra merek , harga , kualitas produk dan gaya hidup terhadap*

keputusan pembelian The influence of brand . 1(1), 209–222.

- Iyus Jayusman, O. A. K. S. (2020). *Jurnal Artefak Vol.7 No.1 April 2020* <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/artefak>. 7(1), 13–20.
- Kurdi, M., Putra, D. E., & Kustina, K. T. (2023). *Dasar manajemen dalam organisasi* (Issue July).
- Kusnawan, A., Gunawan, I., Hernawan, E., Anggraeni, R. D., Hendra, Purnama, M., Andy, Sutandi, Susanti, M., Samara, A., & Hidayat, A. (2021). Pelatihan Kewirausahaan dan Permasaran Home Industry Melalui Media Digital Pada Paguyuban Sosial Marga Tionghoa Indonesia Cabang Tangerang.
- Kusnawan, A., & Kurniawan, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Online Customer Review, Harga Terhadap Minat Beli Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Pelanggan Di Kota Tangerang). *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis*, 3.
- Kusnawan, A., & Novianty, S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menentukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Online Tokopedia. *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis*, 2.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://dinastirev.org/JMPIS/article/view/1134>
- Rachmawansyah, R., & Rohman, M. B. S. (2023). JURNAL Analisis Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Daerah Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Vol. 9(6), 469–481. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7785344>
- Ramdani, D., Supriatna, E., & Yuliani, W. (2023). Validitas Dan Reliabilitas Angket Kematangan Emosi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 6(3), 232. <https://doi.org/10.22460/fokus.v6i3.10869>
- Rifai, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pt Utama Sejuk Abadi. *Neliti.Com*. <https://www.neliti.com/publications/497621/pengaruh-harga-dan-diskon-terhadap-keputusan-pembelian-konsumen-pt-utama-sejuk-a>
- Riski Putri Anjayani, & Intan Rike Febriyanti. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi). *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(9), 3610–3617. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i9.1175>

- Salim, A., Yusta, R. N., & Purnamasari, A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Store Beringin Rajawali Kota Palembang. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 159–168. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2015>
- Santosa, S., & Yulianti. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Inti Atap Suksesindo. Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis, 2.
- Simarmata, H. M. P., Simarmata, P. P., & ... (2023). Pengaruh Video Influencer Di Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Tubuh Pada Mahasiswa Politeknik Bisnis Indonesia. ... : *Jurnal Riset Ilmu ...*, 1(3). <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Maeswara/article/view/93%0Ahttps://journal.arimbi.or.id/index.php/Maeswara/article/download/93/83>
- Suyono¹, R. K. & I. I. (2023). *Pengaruh lingkungan kerja dan insentif terhadap kinerja karyawan pada fif bima*. 3(3), 43–62. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v3i3.523>
- Trimulyani, S., & Herlina, N. (2022). Pengaruh Iklan, Diskon Dan Brand Ambassador Terhadap Pembelian Impulsif Pada Lazada Di Masa Pandemi Covid-19. *Liaison Journal of Best*, 1(2), 47–58.
- Waruwu, M. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Widiyanto, G., Satrianto, H., & Wibowo, Fx. P. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UKM Pembuatan Makanan Ringan dan Snack). *ECo-Buss*, 3.
- Widiyanto, G., & Supriyanto, A. (2022). Pengaruh Promosi, Ulasan Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Lucky Beauty Store. *EMABI : EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS*, 1.
- Widiyanto, G., & Yang, V. (2023). Pengaruh Harga, Promo Gratis Ongkir, Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Marketplace Shopee. Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis, 3.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama : Sari Dewi

Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 17 Agustus 2000

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Buddha

Kewarganegaraan : Indonesia

Alamat : Gerendeng Ilir RT: 01 / RW: 06, Tangerang
(15113), Banten

Nomor Telepon : 089529204434

Email : saridewi24387@gmail.com

IPK : 3.51



Riwayat Pendidikan

SD : SD Negeri Gerendeng 5 Tangerang (2005-2011)

SMP/MTS : SMP Bonavita Tangerang (2011-2014)

SMA/SMK/MA : SMK Setia Bhakti Tangerang (2014-2017)

Perguruan Tinggi : Universitas Buddhi Dharma Tangerang (2020-2024)

Riwayat Pekerjaan

2017 – Sekarang : PT Sentra Kemika Persada

Tangerang, 18 Januari 2024

Sari Dewi



P.T. SENTRA KEMIKA PERSADA

Komp. Rukan Taman Meruya Blok M No. 49 Jakarta Barat 11620
Telp. (62-21) 5845562 (Hunting), Fax. (62-21) 5874530
E-mail : sentrakp@rad.net.id

Ref :

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Suady Tanto

Jabatan : HRD

Mengenai surat perihal permohonan dan penelitian mahasiswa/i Universitas Buddhi Dharma, berikut mahasiswa/i yang di maksud :

Nama : Sari Dewi
NIM : 20200500090
Program Studi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Bisnis

Menerangkan bahwa bersama ini kami beritahukan kepada Bapak/Ibu kami tidak keberatan dan menerima mahasiswa/i yang tertulis di atas menyelesaikan mata kuliah skripsi.

Demikianlah surat keterangan ini kami buat, agar dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Mengetahui,

P.T. SENTRA KEMIKA PERSADA
JAKARTA

Suady Tanto

HRD

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Kepada Yth,

Bpk/Ibu Responden PT Sentra Kemika Persada

Ditempat.

Dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Promosi, Diskon, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada PT Sentra Kemika Persada) sebagai tugas akhir yang merupakan salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1) di Universitas Buddhi Dharma Tangerang, bersama ini saya :

Nama : Sari Dewi

NIM : 20200500090

Saya harap Bpk/Ibu berkenan mengisi Kuesioner yang saya lampirkan ini. Ketersediaan serta kelengkapan dan kebenaran jawaban dari Bpk/Ibu sangat saya harapkan, karena sangat menentukan keberhasilan penelitian yang saya lakukan. Data yang diperoleh hanya digunakan untuk kepentingan penelitian sehingga kerahasiaan dari jawaban kuesioner ini akan sangat saya jaga sesuai dengan etika penelitian.

Atas perhatian dan ketersediaan Bpk/Ibu saya ucapkan terima kasih.

Penulis,

Sari Dewi
(20200500090)

Petunjuk Pengisian :

1. Data Responden

a. Jenis Kelamin :

() Pria

() Wanita

b. Usia

() 17 – 22 Tahun

() 23 – 28 Tahun

() 29 – 34 Tahun

() 35 – 40 Tahun

c. Tingkat Pendidikan

() SMP – SMA/SMK/Sederajat

() S1

() S2

() S3

2. Berilah tanda ($\sqrt{}$) pada salah satu kolom jawaban yang Bapak/Ibu pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

3. Ada 5 alternatif jawaban, yaitu :

Sangat Setuju (SS) = 5

Setuju (S) = 4

Kurang Setuju (KS) = 3

Tidak Setuju (TS) = 2

Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

I. PROMOSI (X1)

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	E-commerce sangat berperan dalam melakukan promosi penjualan.					
2.	Promosi penjualan berpengaruh positif terhadap peningkatan penjualan pada PT Sentra Kemika Persada.					
3.	Penjualan perorangan sangat berperan dalam bonus setiap tahunnya.					
4.	Promosi sangat mempengaruhi suatu relasi baru.					
5.	Hubungan masyarakat sangat penting dalam melakukan proses penjualan.					
6.	Pemasaran Langsung (Pameran) sangat membantu dalam menarik daya beli pembeli.					
7.	Dengan mengunjungi stand pameran produk secara langsung dapat menambah wawasan.					
8.	Pemberian Hadiah kepada pelanggan dapat mempertahankan hubungan yang baik.					
9.	Pemberian sampel produk sangat penting dalam melakukan suatu proses penjualan.					
10.	Dengan adanya konsultasi produk customer sangat mudah dalam melakukan keputusan pembelian.					

II. DISKON (X2)

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Pembelian tunai sangat memungkinkan untuk mendapatkan harga diskon dibandingkan dengan tempo.					
2.	Pembelian secara tunai biasanya diberikan dengan harga murah.					
3.	Dengan tawar menawar penjual akan memberikan diskon untuk menciptakan pelanggan yang loyal.					
4.	Pembelian jumlah yang besar sangat mempengaruhi harga beli.					
5.	Dengan adanya repeat order penjual akan merasa senang sehingga dengan mudah memberikan harga diskon.					
6.	Jika ada barang yang akan kadaluarsa, penjual akan memberikan Diskon pesanan khusus akan barang tersebut.					
7.	Potongan hari spesial sangat penting dalam menarik daya beli pembeli.					
8.	Potongan hari raya sangat penting bagi pelanggan dimana pelanggan merasa menjadi lebih irit.					
9.	Konsumen baru akan mendapatkan diskon agar menjadi pelanggan.					
10.	Ekstra diskon biasanya dilakukan agar pelanggan menjadi pelanggan yang setia.					

III. KUALITAS PRODUK (X3)

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Kualitas produk yang baik akan membuat customer repeat order.					
2.	Kualitas produk sangat penting dalam keputusan pembelian.					
3.	Kualitas bahan berpengaruh akan keputusan pembelian.					
4.	Model menjadi keandalan yang sangat berperan penting dalam memikat daya tarik pembeli.					
5.	Keunggulan Produk sangat mempengaruhi kualitas produk pada keandalan produk.					
6.	Jenis produk harus diperhatikan akan daya tahan produk.					
7.	Jenis produk harus memiliki kualitas yang baik agar terjadinya kepuasan pelanggan.					
8.	Jaminan produk perlu dilakukan untuk menjaga keamanan pada customer dalam pembelian produk.					
9.	Ketahanan produk perlu diperhatikan untuk menghindari kekecewaan terhadap customer.					
10.	Ketahanan produk sangat penting agar tetap memiliki kualitas produk yang baik.					

IV. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No.	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Ketersediaan berbagai jenis bahan baku membuat minat pembeli meningkat.					
2.	Daya tarik pelanggan dapat dilihat dari ketersediaan bahan baku.					
3.	Ketersediaan bahan baku sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian.					
4.	Exp date produk harus selalu diperhatikan untuk adanya kepercayaan pelanggan, sehingga terjadinya proses repeat order.					
5.	Salah satu penyebab pelanggan kecewa adalah mengirimkan barang yang sudah Exp.					
6.	Terkirimnya barang yang sudah exp pada customer dapat menimbulkan suatu konflik.					
7.	Batch number produk sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian.					
8.	Jam dalam operasional sangat penting dalam waktu pembelian barang agar terjadinya kedisiplinan.					
9.	Jam luar operasional dapat terjadinya pembelian jika adanya lembur pada jam kerja.					
10.	Pelanggan lebih dari satu dapat menarik kepercayaan calon customer dalam pembelian.					

Lampiran 2

Tabulasi Data Kuesioner Penelitian

PROMOSI (X1)										
5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	40
5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	45
4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	43
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	43
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	45
5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	45
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	43
5	4	3	4	4	4	4	3	5	5	41
5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	46
5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46

[illegible]

4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44
4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	38
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	44
4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	46
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	43
3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	37
4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	43
4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	43
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	43

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43
5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	43
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
3	4	4	4	5	3	4	5	3	4	39
5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45
4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	42
5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	44
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	40
4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	40
4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	40
4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	41
4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	41
4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	41

4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	40
4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	41
4	3	2	4	4	4	3	5	5	5	39
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	44
5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	40
4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	41
4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	43
4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	37
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	41
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	46

[illegible]

5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	45
4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	44
3	3	4	4	4	2	5	5	5	5	40
3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	47
3	4	4	4	3	4	4	3	5	3	37
3	3	4	5	5	4	5	5	4	3	41
4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	45
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	38
2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	44
2	4	4	4	4	4	5	5	3	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	34
3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	44
3	3	4	5	5	4	4	3	3	3	37
4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	39

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47
4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	40
4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	44
2	2	3	4	4	3	4	4	3	3	32
5	5	3	4	2	5	5	5	5	4	43
4	3	3	5	4	3	4	4	3	4	37
5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	47
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	46
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48

5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47
5	5	5	2	2	5	4	5	4	5	42
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
3	4	5	3	4	5	4	3	4	5	40
4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	42
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	43
5	3	4	5	3	4	4	4	4	5	41
5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	43
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	44
5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	44
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	38
4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	41
4	4	4	3	4	4	4	3	5	5	40
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	41
5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	46
4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	40
4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	41
4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	41
4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	40
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45

4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47
5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	43
5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	5	3	5	4	3	5	4	41
4	4	3	5	4	4	5	5	4	3	41
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	45

[illegible]

[illegible]

3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	43
5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45
5	3	4	5	4	3	4	4	5	4	41
5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	44
5	3	4	3	5	4	4	4	5	3	40
5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	42
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	42
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	43
4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	39
4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	39
4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	41
4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	41
5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	46
4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	41
4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	40
3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	40
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	46

[illegible]

5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	45
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	44
5	5	5	4	5	4	4	3	4	5	44
4	4	4	5	5	5	5	4	3	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	43
5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	43
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
3	4	3	4	5	4	4	4	3	3	37
2	2	2	5	5	5	2	5	5	5	38
5	4	3	4	5	5	1	4	4	4	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	3	4	5	5	5	5	4	3	5	44
5	3	4	5	5	5	5	4	3	5	44
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	40

[illegible]

5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	44
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	40
5	3	4	5	3	4	5	2	5	4	40
5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	42
5	3	4	4	5	4	3	4	5	4	41
5	3	4	4	4	4	5	3	4	4	40
5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	45
5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	44
4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	41
4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	40
4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	41
4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	40
4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	40
5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	47
4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	41
4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	40
5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	42
4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	41
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43

4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	45
5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	47
5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	41
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	46
4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	44

Lampiran 3

Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)

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

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
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

Lampiran 4

Tabel Distribusi t

Pr Df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 5

Titik Presentase Distribusi F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05

df untuk penyeb ut (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

df untuk penye- but (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
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