

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh *Brand Image*, Promosi, dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Mi Kokiku”, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang relevan dan positif antara variabel *Brand Image* (X1) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Brand Image mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 8,4% yang dapat dilihat dari nilai R-squarednya adalah 0,084. Sedangkan keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 91,6%. Dengan nilai T hitung sebesar 2,989 yang lebih besar daripada nilai kritis 1,984, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima, yaitu “*Brand Image* (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)”.

2. Terdapat pengaruh yang relevan dan positif antara variabel Promosi (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Promosi mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 31,9% yang dapat dilihat dari nilai R-squarednya adalah 0,319. Sedangkan keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 68,1%. Dengan nilai T hitung sebesar 6,779 yang lebih besar daripada nilai kritis 1,984, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Nol (H_0) ditolak

dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima, yaitu “Promosi (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)”.

3. Terdapat pengaruh yang relevan dan positif antara variabel *Word of Mouth* (X_3) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Word of Mouth mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian 38,7% yang dapat dilihat dari nilai R -squarednya adalah 0,387. Sedangkan keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 61,3%.

Dengan nilai T hitung sebesar 7,858 yang lebih besar daripada nilai kritis 1,984, dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Nol (H_0) ditolak dan Hipotesis Alternatif (H_a) diterima, yaitu “*Word of Mouth* (X_3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)”.

4. Terdapat pengaruh yang relevan dan positif antara variabel *Brand Image* (X_1), Promosi (X_2), *Word of Mouth* (X_3) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel independen yang terdiri dari *Brand Image* (X_1), Promosi (X_2), dan *Word of Mouth* (X_3) terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 42,6%. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) yaitu, didapatkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,426. Sedangkan sisanya sebesar 57,4% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil Uji F yang dilakukan yaitu nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ dan nilai F-hitung $25,508 > F\text{-tabel } 2,70$, yang artinya terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel Brand Image, Promosi, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mi Kokiku.

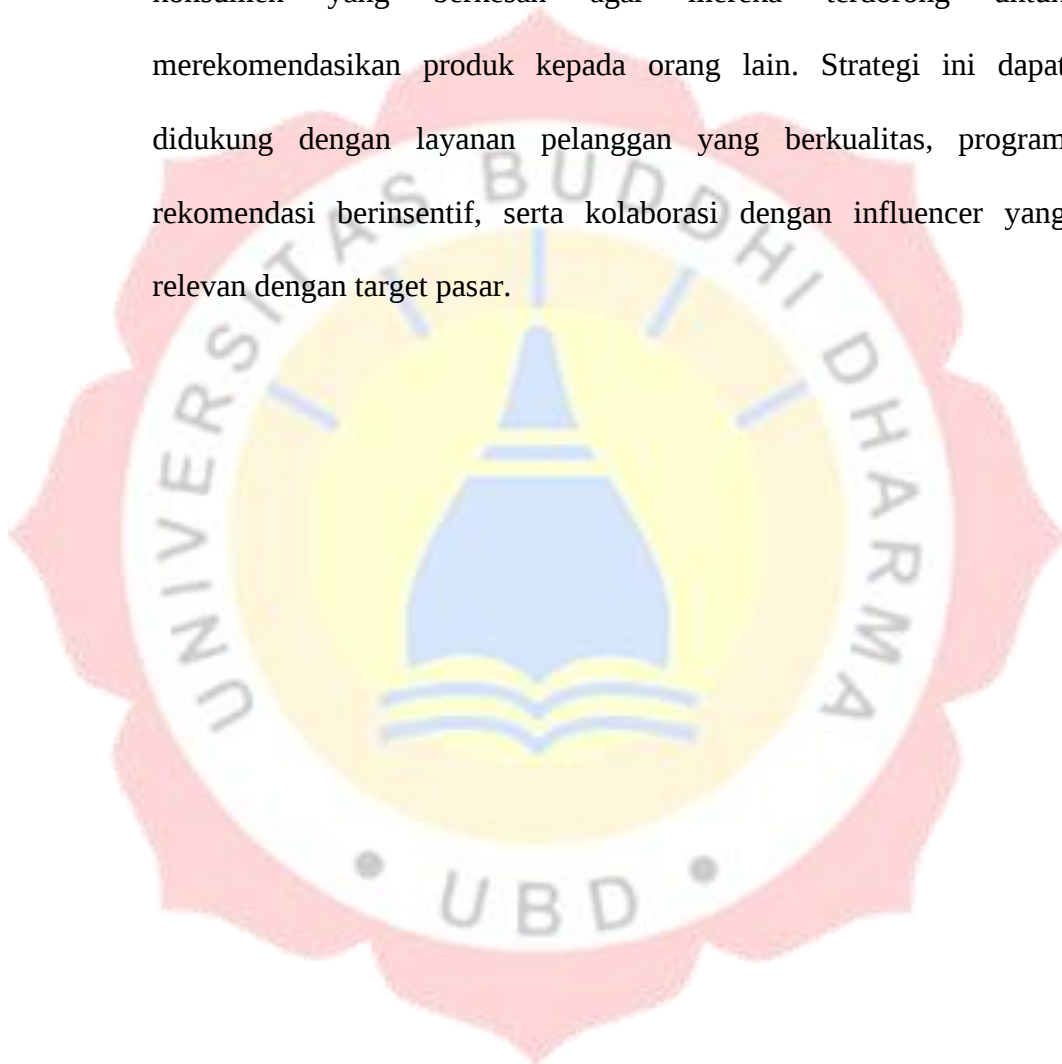
B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyusun sejumlah pertimbangan serta menarik beberapa kesimpulan, maka yang menjadi saran dari penulis adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Image* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi sebesar 7.4%. Meskipun kontribusinya relatif kecil dibandingkan dengan variabel lain, peningkatan citra merek tetap penting untuk menciptakan loyalitas dan menarik konsumen baru. Mi Kokiku diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dengan menonjolkan kualitas produk melalui promosi yang konsisten serta menciptakan diferensiasi melalui desain kemasan, *tagline* yang menarik, dan identitas merek yang mudah diingat.
2. Mi Kokiku diharapkan dapat mengoptimalkan strategi promosi menjadi prioritas, mengingat promosi memiliki kontribusi yang penting terhadap keputusan pembelian. Memperbanyak media promosi, seperti memaksimalkan penggunaan platform digital (Instagram, TikTok, dan Facebook), dapat menjangkau target pasar yang lebih luas. Selain itu, promosi berbasis waktu, seperti diskon pada musim liburan atau

perayaan nasional, dapat mendorong pembelian impulsif.

3. *Word of Mouth*, sebagai faktor dengan pengaruh terbesar, juga harus dimanfaatkan secara optimal. PT. Samudera Marga Wisesa selaku distributor mi Kokiku diharapkan untuk dapat menciptakan pengalaman konsumen yang berkesan agar mereka terdorong untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Strategi ini dapat didukung dengan layanan pelanggan yang berkualitas, program rekomendasi berinsentif, serta kolaborasi dengan influencer yang relevan dengan target pasar.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Alicia Josepin

Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 2 Januari 2004

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Jl. Pattimura Lingkungan Air Kenanga No. 83,
RT01/RW01, Kel. Kenanga, Kec. Sungailiat,
Bangka Belitung

No. Telpn : 081315376702

IPK Terakhir : 3.54

PENDIDIKAN

1. 2021 - 2025 : Universitas Buddhi Dharma – Tangerang
2. 2018 – 2021 : SMK Negeri 1 Sungailiat
3. 2015 – 2018 : SMP Jaya Manggala School
4. 2009 – 2015 : SD Anugerah



Penulis,

Alicia Josepin

20210500050

DAFTAR PUSTAKA

- Ale, & Xander, A. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Yayasan Kita Menulis.
- Amiruddin. (2021). *Manajemen Pendidikan*. K-Media.
- Ariani, F., & Wenda Prinoya, R. (2021). *Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Shopee Di Sumatera Barat)*. 3(1), 2021. <https://jtebr.unisan.ac.id>
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). Brand, Islamic Branding, & Re-Branding. *Depok: Depok Rajawali Pers*.
- Darim, A. (2020). Manajemen Perilaku Organisasi Dalam Mewujudkan Sumber Daya Manusia Yang Kompeten. In *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam E-Issn: On Process* (Vol. 1).
- Dewi, I. L., & Prabowo, B. (2023). The Influence Of Digital Marketing, Celebrity Endorsement And Word Of Mouth On Purchase Decisions Of Scarlett Whitening Products Through Brand Awareness As Intervening Variables (Study On Scarlett Whitening Consumers In Surabaya City) Pengaruh Digital Marketing, Celebrity Endorsement Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Scarlett Whitening Di Kota Surabaya). In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4, Issue 4). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Effendi, E., Mursilah, M., & Mujiono, M. (2018). Korelasi Tingkat Perhatian Orang Tua Dan Kemandirian Belajar Dengan Prestasi Belajar Siswa. *Titian Ilmu: Jurnal Ilmiah Multi Sciences*, 10(1), 17–23. <https://doi.org/10.30599/jti.v10i1.131>
- Firmansyah, & Mahardika. (2019). Pengantar Manajemen. *Deepublish*.
- Griffin, Ricky, W. (2021). *Manajemen* (Edisi 7 Ji). Erlangga.
- Hidayat, R., Menhard, M., Charli, C. O., Masnum, A., & Hartoyo, B. (2023). *Determination Purchase Intention And Purchase Decision: Brand Image And Promotion Analysis (Marketing Management Literature Review)*. <https://doi.org/10.38035/dijefa.v4i1>
- Indrawijaya, S., Abdilah, D., & Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi, P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kaos Merek Jakoz (*The Effect Of Product Quality And Brand Image On Consumer Satisfaction Of Jakoz Brand*

T-Shirt Product). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 9(01).

Kotler, P. Dan K. L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12 Jilid 1). Pt. Indeks.

Kristina, Naning, And W. W. (2019). *Manskill Managerial Skill*. Unmuh Ponorogo Press.

Kurniawati, K., Nilasari, B. M., Emilisa, N., & Rahayu, F. (2022). Strategi Pemasaran Iklan Digital Dalam Pengambilan Keputusan Berbasis Online. *Jurnal Abdikaryasakti*, 2(2), 137–150. <https://doi.org/10.25105/Ja.V2i2.14187>

Maddinsyah, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 3(2), 374. <https://doi.org/10.32493/Jism.V3i2.31438>

Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2020). Analysis Of The Influence Of Price, Promotion, Location And Services Quality On Purchase Decisions In Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. In *Analisis Pengaruh..... 3068 Jurnal Emba* (Vol. 6, Issue 4).

Rudani, R. B. (2020). *Principles Of Management*. Mcgraw-Hill Education.

Sari, N. N., Fauzi, A., & Rini, E. S. (2021). The Effect Of Electronic Word Of Mouth (E-Wom) And Brand Image On Repurchase Intention Moderated By Brand Trust In The Garuda Indonesia Airline. *International Journal Of Research And Review*, 8(9), 81–91. <https://doi.org/10.52403/Ijrr.20210912>

Sudarmin, S. (2023). Pengaruh Word Of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Solusi*, 21(3), 310. <https://doi.org/10.26623/Slsi.V21i3.6977>

Sugiyono. (2019a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabet.

Sugiyono. (2019b). Prof. Dr. Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Intro (Pdfdrive).Pdf. In *Bandung Alf* (P. 143).

Tengku Firli Musfar, S. M. (2020). *Bauran Pemasaran*. Media Sains Indonesia.

Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*.

Tjiptono Fandy, A. D. (2020). *Pemasaran*. Penerbit Andi Yogyakarta.

Usman, O., Bus, M., & Aryani, Y. (2020). *The Effect Of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, And Price On Purchase Intention*. <https://srn.com/abstract=3511672>

Wicaksono, Mohammad. , S. N. K. (2020). *Pengaruh Iklan Dan Word Of Mouth Terhadap Brand Awareness Traveloka.*

Zubaydah, R. (2020). *Analisis Keputusan Pembelian Berdasarkan Promosi Dan Citra Merek Analysis Of Purchase Decisions Based On Promotion And Brand Images* (Vol. 4, Issue 1).



Lampiran 1. Permohonan Pengisian Kuisisioner

Kepada

Yth.Responden

di Tempat

Sehubungan dengan penyusunan skripsi yang sedang saya buat dengan judul “PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PROMOSI*, *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MI KOKIKU”, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi setiap pernyataan pada kuisisioner yang saya berikan dengan baik dan dengan sejujur – jujurnya. Jawaban yang telah Bapak/Ibu berikan akan dijamin kerahasiannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian skripsi saja.

Atas waktu dan kesediannya Bapak/Ibu dalam mengisi kuisisioner ini, saya sampaikan ucapan terima kasih.

Penulis,



Alicia Josepin

20210500050

Lampiran 2. Cara Mengisi Kuisisioner

Pada setiap nomor pernyataan berilah tanda (✓) pada kolom yang tersedia sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu.

Keterangan Jawaban:

SS = Sangat Setuju = 5

S = Setuju = 4

KS = Kurang Setuju = 3

TS = Tidak Setuju = 2

STS = Sangat Tidak Setuju = 1

II. IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin : () Laki-laki

() Perempuan

Usia : () 18-25 tahun

() 26-35 tahun

() 36-45 tahun

() 46-55

*Pilih yang sesuai.

1. BRAND IMAGE (X1)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Mi Kokiku memiliki kualitas yang sangat baik					
2	Saya percaya mi Kokiku dapat diandalkan untuk setiap hidangan mi					
3	Mi Kokiku dikenal memiliki reputasi yang positif di kalangan masyarakat					
4	Mi Kokiku memiliki ciri khas yang tidak dimiliki merek lain					
5	Mi Kokiku menciptakan perasaan positif bagi saya					
6	Mi Kokiku sesuai dengan gaya hidup saya					
7	Mi Kokiku memiliki keunggulan dibandingkan merek lain di dalam kategori yang sama					
8	Mi Kokiku dapat menghasilkan hidangan yang penuh inovasi					
9	Mi Kokiku populer di kalangan konsumen					

10	Mi Kokiku memberikan nilai yang sepadan dengan uang yang saya keluarkan					
----	---	--	--	--	--	--

2. PROMOSI (X2)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Mi Kokiku memberikan promosi melalui iklan di sosial media seperti Instagram, Facebook, dan lainnya					
2	Mi Kokiku melakukan promosi pada periode tertentu					
3	Promosi yang dilakukan mi Kokiku berbeda dibandingkan dengan merek lain					
4	Promosi yang dilakukan mi Kokiku mudah untuk dipahami					
5	Promosi yang dilakukan mi Kokiku mendorong saya untuk membeli mi Kokiku					
6	Saya percaya bahwa promosi ini memiliki manfaat seperti yang dijanjikan					

7	Promosi yang ditawarkan mi Kokiku sangat menarik perhatian saya					
8	Promosi yang dilakukan mi Kokiku sesuai dengan kebutuhan saya saat ini					
9	Promosi yang dilakukan mi Kokiku dapat saya akses dengan mudah					
10	Mi Kokiku sering menawarkan promosi kepada saya					

3. WORD OF MOUTH (X3)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya sering membicarakan produk mi Kokiku kepada orang lain					
2	Informasi yang saya sampaikan tentang mi Kokiku jelas dan bermanfaat					
3	Orang orang mempercayai informasi yang saya sampaikan mengenai mi Kokiku					
4	Saya akan merekomendasikan merek ini kepada teman atau keluarga saya					

5	Saya sering mempengaruhi orang lain untuk mencoba mi Kokiku					
6	Saya berbicara dengan antusias kepada orang lain mengenai mi Kokiku					
7	Mi Kokiku sering menjadi topik yang menarik dalam diskusi saya dengan orang lain					
8	Saya biasanya menyampaikan hal yang positif mengenai mi Kokiku					
9	Saya dianggap sebagai sumber informasi yang dipercaya mengenai mi Kokiku					
10	Saya sering membagikan pengalaman pribadi saya tentang mi Kokiku kepada orang lain					

4. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya membeli mi Kokiku karena sesuai dengan kebutuhan saya					

2	Saya mencari informasi yang cukup mengenai mi Kokiku sebelum membeli					
3	Saya mempertimbangkan beberapa merek sebelum membeli mi Kokiku					
4	Saya yakin mi Kokiku adalah produk yang tepat yang membuat saya memutuskan untuk memilih mi Kokiku					
5	Harga mi Kokiku sesuai dengan yang saya harapkan					
6	Promosi mempengaruhi saya dalam Keputusan pembelian mi Kokiku					
7	Keputusan saya dipengaruhi oleh teman, keluarga, orang terdekat, dan lainnya					
8	Saya akan memilih mi Kokiku karena mudah ditemukan di pasaran					
9	Pengalaman saya yang sebelumnya dengan mi Kokiku mempengaruhi Keputusan saya untuk membeli					
10	Saya akan melakukan pembelian ulang mi Kokiku					

Lampiran 3. Jawaban Kuisisioner

Jawaban Variabel *Brand Image* (X1)

N O	X1_ 1	X1_ 2	X1_ 3	X1_ 4	X1_ 5	X1_ 6	X1_ 7	X1_ 8	X1_ 9	X1_ 0	X 1
1	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	45
2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	41
4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	46
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	48
7	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42
10	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	43
11	4	4	5	4	5	3	5	5	4	5	44
12	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	40
13	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
14	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	43
15	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	43
16	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47
17	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	46
18	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
19	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	47
20	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	46
21	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	46
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
24	5	4	3	5	4	4	4	5	4	5	43
25	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	46
26	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43
27	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	44
28	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	5	4	5	4	4	4	5	5	3	3	42
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	3	3	4	5	4	5	4	5	4	4	41
33	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	45
34	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	41
35	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	44

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

76	5	5	4	5	4	5	5	4	5	3	45
77	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	47
78	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	45
79	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48
80	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	41
81	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	44
82	4	4	3	5	4	4	5	4	5	5	43
83	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	44
84	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	45
85	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	47
86	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	46
87	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
88	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
89	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	42
90	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	43
91	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	46
92	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
93	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	44
94	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	47
95	5	3	5	4	4	4	5	5	4	4	43
96	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	43
97	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
98	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	41
99	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
100	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4	42

Jawaban Variabel Promosi (X2)

N O	X2_ 1	X2_ 2	X2_ 3	X2_ 4	X2_ 5	X2_ 6	X2_ 7	X2_ 8	X2_ 9	X2_ 10	X 2
1	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	40
2	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	42
3	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	43
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
7	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	43
10	4	4	4	5	3	4	5	4	3	4	40
11	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	46
12	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	40
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	43
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
16	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	43
17	5	4	5	4	4	4	4	3	2	4	39
18	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	44
19	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	39
20	5	4	3	4	5	3	5	5	5	5	44
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
24	5	3	5	4	5	4	5	3	4	5	43
25	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	44
26	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	43
27	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	45
28	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	44
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	42
31	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	48
32	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	39
33	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	47
34	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	43
35	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	44
36	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
37	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	44

38	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	44
39	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	45
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	44
43	3	4	4	5	4	5	4	4	5	3	41
44	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	43
45	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	46
46	5	5	3	5	4	4	4	5	5	5	45
47	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
50	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
51	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
52	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
53	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	45
54	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	46
55	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
56	4	2	3	4	5	5	4	5	4	4	40
57	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	46
58	3	3	4	3	3	5	5	4	2	4	36
59	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	39
60	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	47
61	3	5	4	4	5	5	4	3	4	3	40
62	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	43
63	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	44
64	3	4	4	4	4	5	3	4	5	4	40
65	4	3	2	3	5	5	4	4	4	3	37
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	4	5	4	4	5	4	5	4	3	5	43
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
71	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	47
72	4	4	4	5	4	4	5	3	3	4	40
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
74	4	4	4	3	3	5	5	4	3	4	39
75	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
76	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	47
77	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	36

78	4	5	5	3	5	5	2	4	3	5	41
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	40
81	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	43
82	4	3	5	5	4	3	4	5	4	4	41
83	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	40
84	3	4	2	4	3	4	5	3	5	3	36
85	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	46
88	4	3	3	3	3	3	2	3	4	4	32
89	4	3	4	5	4	3	5	5	5	4	42
90	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	42
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
93	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	44
94	3	4	4	5	5	3	4	2	3	4	37
95	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	3	4	4	3	5	5	5	4	3	5	41
98	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
99	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	46
100	3	5	5	3	5	4	5	4	5	5	44

Jawaban Variabel *Word of Mouth* (X3)

N O	X3_ 1	X3_ 2	X3_ 3	X3_ 4	X3_ 5	X3_ 6	X3_ 7	X3_ 8	X3_ 9	X3_1 0	X 3
1	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	43
2	3	4	5	5	5	4	4	4	3	5	42
3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	43
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
7	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	47
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
11	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
12	3	4	3	4	4	4	3	3	3	5	36
13	5	4	5	4	3	4	2	4	4	4	39
14	4	3	5	4	3	4	5	3	5	5	41
15	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	43
16	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
17	4	4	4	4	4	5	4	2	2	5	38
18	5	4	4	4	4	3	5	5	5	4	43
19	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	38
20	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	43
21	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	46
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
24	5	4	5	3	4	5	3	4	5	4	42
25	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	46
26	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	43
27	5	4	4	5	5	4	5	5	4	3	44
28	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	43
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	44
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40
33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
34	3	4	5	4	4	4	2	3	3	4	36
35	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	41
36	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
37	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	43

38	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	44
39	5	4	4	5	3	1	3	5	4	4	38
40	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	3	5	5	5	5	2	5	5	4	4	43
43	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	43
44	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	36
45	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	45
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
47	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	47
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
49	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
50	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
51	5	4	4	4	3	3	4	5	5	4	41
52	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
53	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	37
54	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	43
55	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
56	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
57	5	4	4	5	4	3	4	4	3	5	41
58	4	4	4	4	2	3	4	4	5	5	39
59	4	5	3	5	5	3	4	4	4	3	40
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	32
62	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46
63	4	4	4	5	5	2	3	4	4	5	40
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	4	5	5	4	4	3	2	3	3	5	38
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	4	4	5	4	5	2	4	5	4	5	42
68	4	3	3	3	5	3	3	4	3	3	34
69	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
70	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	48
71	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
72	3	5	4	5	4	4	4	5	4	5	43
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
74	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	44
75	4	5	5	5	5	4	3	3	3	5	42
76	4	5	5	5	4	4	2	4	3	2	38
77	3	3	3	4	5	5	4	3	3	2	35

78	4	5	5	5	5	2	4	4	2	5	41
79	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
80	3	4	5	5	4	4	3	3	4	4	39
81	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
83	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	44
84	2	5	3	4	5	4	3	4	5	5	40
85	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	5	4	4	5	5	4	3	4	4	5	43
88	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	37
89	4	3	5	5	4	3	4	5	4	4	41
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	41
93	4	4	5	4	5	5	5	4	3	5	44
94	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	44
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
99	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	46
100	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	40

Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y)

NO	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10	Y
1	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	41
2	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	45
3	4	5	4	3	5	5	5	3	4	4	42
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
7	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
10	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
11	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	42

12	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	45
13	5	4	5	3	4	5	3	4	5	3	41
14	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	45
15	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
16	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48
17	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
19	5	5	4	5	3	3	5	4	5	5	44
20	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	5	4	3	4	5	4	3	5	4	3	40
25	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	46
26	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	45
27	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	45
28	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	41
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	41
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	39
33	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	40
34	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	43
35	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	45
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	41
38	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	43
39	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	42
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
42	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	47
43	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	43
44	3	4	5	4	4	4	5	4	3	3	39
45	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	47
46	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
47	3	5	3	5	4	5	5	5	5	5	45
48	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	41
49	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	48
50	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	42
51	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41

[illegible]

92	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
93	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	45
94	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	40
95	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	36
96	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	45
97	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	42
98	4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	44
99	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
100	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	43



Lampiran 4. Hasil SPSS

Distribusi Demografi Responden

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	47	47.0	47.0	47.0
	Perempuan	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25	43	43.0	43.0	43.0
	26-35	19	19.0	19.0	62.0
	36-45	21	21.0	21.0	83.0
	46-55	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Validitas *Brand Image* (X1)

PERNYATAAN	NILAI R TABEL	NILAI R HITUNG	KETERANGAN
X1_1	0.196	0.600	VALID
X1_2		0.246	
X1_3		0.557	
X1_4		0.565	
X1_5		0.514	
X1_6		0.227	
X1_7		0.516	
X1_8		0.629	
X1_9		0.469	
X1_10		0.578	

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Validitas Promosi (X2)

PERNYATAAN	NILAI R TABEL	NILAI R HITUNG	KETERANGAN
X2_1	0.196	0.712	VALID
X2_2		0.517	
X2_3		0.619	
X2_4		0.613	
X2_5		0.627	
X2_6		0.406	
X2_7		0.595	
X2_8		0.734	
X2_9		0.632	
X2_10		0.723	

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Validitas *Word of Mouth* (X3)

PERNYATAAN	NILAI R TABEL	NILAI R HITUNG	KETERANGAN
X3_1	0.196	0.644	VALID
X3_2		0.657	
X3_3		0.533	
X3_4		0.615	
X3_5		0.581	
X3_6		0.490	
X3_7		0.728	
X3_8		0.729	
X3_9		0.681	
X3_10		0.583	

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

PERNYATAAN	NILAI R TABEL	NILAI R HITUNG	KETERANGAN
Y_1	0.196	0.591	VALID
Y_2		0.560	
Y_3		0.543	
Y_4		0.637	
Y_5		0.554	
Y_6		0.639	
Y_7		0.608	
Y_8		0.597	
Y_9		0.589	
Y_10		0.652	

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Reabilitas *Brand Image* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.656	10

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Reabilitas Promosi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.819	10

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Reabilitas *Word of Mouth* (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	10

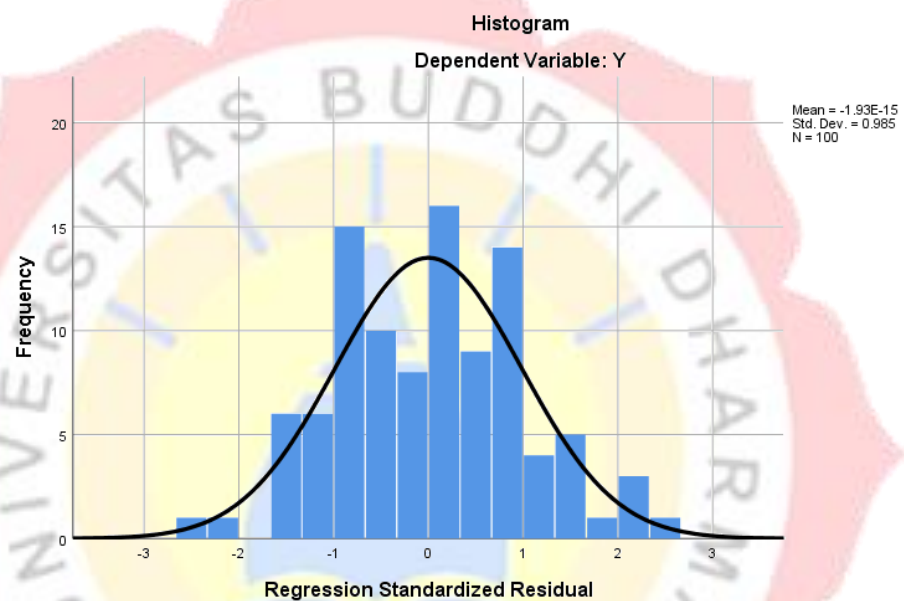
(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	10

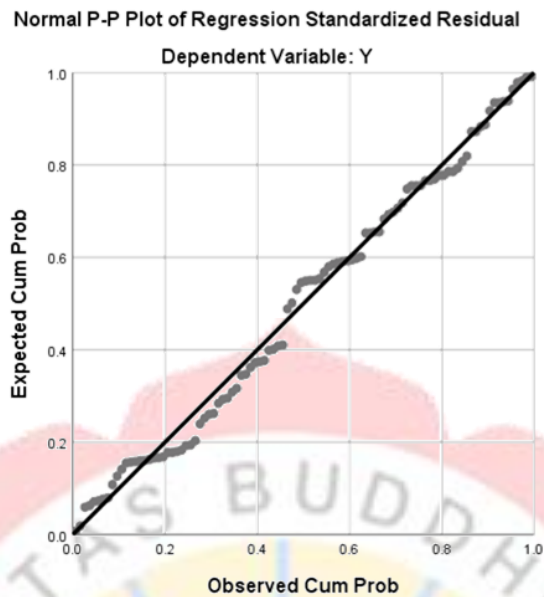
(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)



Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas – Grafik Histogram

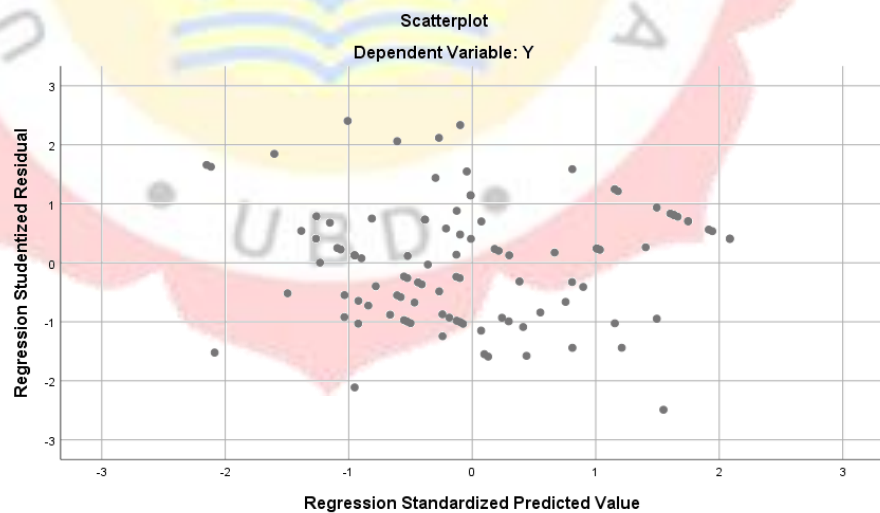
(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)



Gambar 4.2

Hasil Uji Normalitas – Normal Probability Plot

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)



Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatter Plot

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficient Correlations^a

Model			Word_of_mouth	Brand_Image	Promosi
1	Correlations	Word_of_mouth	1.000	-.114	-.691
		Brand_Image	-.114	1.000	-.050
		Promosi	-.691	-.050	1.000
	Covariances	Word_of_mouth	.008	-.001	-.005
		Brand_Image	-.001	.010	.000
		Promosi	-.005	.000	.008

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Koefisien Determinasi X1 terhadap Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.289 ^a	.084	.074	3.457

a. Predictors: (Constant), Brand_Image

b. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Koefisien Determinasi X2 terhadap Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.565 ^a	.319	.312	2.979

a. Predictors: (Constant), Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji Koefisien Determinasi X3 terhadap Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.622 ^a	.387	.380	2.828

a. Predictors: (Constant), Word_of_mouth

b. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Regrresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.602	4.786		2.424	.017
	Brand_Image	.202	.099	.160	2.049	.043
	Promosi	.205	.090	.243	2.269	.026
	Word_of_mouth	.340	.087	.419	3.892	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	566.706	3	188.902	25.508	.000 ^b
	Residual	710.934	96	7.406		
	Total	1277.640	99			

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

b. Predictors: (Constant), Word_of_mouth, Brand_Image, Promosi

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Hasil Uji T Pengaruh *Brand Image* (X1) Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.675	5.453		5.076	.000
	Brand_Image	.366	.122	.289	2.989	.004

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Hasil Uji T Pengaruh Promosi (X2) Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.279	3.062		7.602	.000
	Promosi	.476	.070	.565	6.779	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Hasil Uji T Pengaruh *Word of Mouth* (X3) Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.434	2.751		8.154	.000
	Word_of_mouth	.505	.064	.622	7.858	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_pembelian

(bersumber pengolahan dengan SPSS versi 25)

Tabel R untuk df 1-150

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
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465

32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748

73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211
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

Titik Persentase Distribusi T t (df 1-120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
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