

BAB V
KESIMPULAN, KETERBATASAN PENELITIAN DAN
IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan secara keseluruhan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari 100 orang responden yang diteliti, ternyata sebanyak 64% memiliki jenis kelamin pria, sebanyak 49% responden berusia antara 25-34 tahun, sebanyak 65% mempunyai pekerjaan atau profesi sebagai pelajar dan mahasiswa, dan sebanyak 46% responden mempunyai tingkat pendapatan per bulan antara Rp. 500.000,00 sampai dengan Rp. 1.000.000,00 , hal ini menunjukkan bahwa produk *hand phone* merek Nokia telah diminati di kalangan masyarakat. Dengan demikian dapat pula dikatakan bahwa loyalitas konsumen untuk produk *hand phone* merek Nokia dapat dikatakan cukup baik.
2. Setelah melakukan ukuran konsumen terhadap ekuitas merek (*brand equity*) pada produk *hand phone* merek Nokia dengan menggunakan metode analisis deskriptif, maka dapat diambil kesimpulan bahwa :
 - a. Ukuran ekuitas merek (*brand equity*) dari produk *hand phone* merek Nokia ditinjau dari dimensi kinerja (*performance*) dapat dikategorikan baik dikarenakan kinerja dari produk *hand phone*

merek Nokia tersebut memiliki kualitas atau mutu yang baik dan dinilai mampu memenuhi kebutuhan konsumennya. Hal ini dibuktikan sebanyak 90% responden memberikan penilaian yang baik terhadap dimensi kinerja (*performance*).

- b. Ukuran ekuitas merek (*brand equity*) dari produk *hand phone* merek Nokia ditinjau dari dimensi pandangan masyarakat (*social image*) adalah secara garis besar konsumen menilai bahwa *hand phone* merek Nokia telah memiliki reputasi sosial di masyarakat dengan kata lain masyarakat cukup mengenal dengan baik akan keberadaan *hand phone* merek Nokia tersebut, konsumen merasa memiliki rasa kebanggaan tersendiri dan penuh percaya diri apabila menggunakan produk *hand phone* merek Nokia tersebut. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis deskriptif bahwa sebanyak 93% responden memberikan penilaian yang baik terhadap dimensi pandangan masyarakat (*social image*).
- c. Ukuran ekuitas merek (*brand equity*) dari produk *hand phone* merek Nokia ditinjau dari dimensi nilai (*value*) adalah secara garis besar konsumen menilai bahwa konsumen merasa puas karena konsumen memperoleh nilai atau manfaat yang sesuai dengan uang yang mereka bayarkan untuk memperoleh produk *hand phone* merek Nokia tersebut. Hal ini dapat dilihat dari hasil

analisis deskriptif bahwa sebanyak 91% responden memberikan penilaian yang baik terhadap dimensi nilai (*value*).

- d. Ukuran ekuitas merek (*brand equity*) dari produk *hand phone* merek Nokia ditinjau dari dimensi kepercayaan (*trustworthiness*) adalah secara garis besar konsumen menilai bahwa *hand phone* merek Nokia sangat peduli terhadap kepentingan konsumennya dan mempunyai komitmen yang tinggi pada kepuasan konsumen sehingga konsumen menaruh rasa kepercayaan terhadap produk *hand phone* merek Nokia tersebut. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis bahwa sebanyak 86% responden memberikan penilaian yang baik terhadap dimensi kepercayaan (*trustworthiness*).
 - e. Ukuran ekuitas merek (*brand equity*) dari produk *hand phone* merek Nokia ditinjau dari dimensi tanggung jawab (*attachment*) adalah secara garis besar konsumen mempunyai penilaian yang positif terhadap produk *hand phone* merek Nokia tersebut, sehingga mampu menimbulkan loyalitas konsumen. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis bahwa sebanyak 88% responden memberikan penilaian yang baik terhadap dimensi tanggung jawab (*attachment*).
3. Berdasarkan hasil analisis, dapat diambil kesimpulan bahwa secara garis besar ukuran ekuitas merek (*brand equity*) pada produk *hand phone* merek Nokia adalah baik.

4. Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diperoleh hasil bahwa susunan urutan ukuran ekuitas merek (*brand equity*) terhadap dimensi ekuitas merek dari yang tertinggi sampai yang terendah pada produk *hand phone* merek Nokia adalah sebagai berikut : pandangan masyarakat (*social image*), nilai (*value*), kinerja (*performance*), tanggung jawab (*attachment*), dan kepercayaan (*trustworthiness*).
5. Dari 100 orang responden yang diteliti, diperoleh hasil bahwa tidak ada perbedaan dalam ukuran ekuitas merek (*brand equity*) dari produk *hand phone* merek Nokia ditinjau dari jenis kelamin, sedangkan ditinjau dari segi usia dan tingkat pendapatan diperoleh adanya perbedaan . Dengan demikian hipotesis yang diajukan yang berbunyi ada perbedaan dalam memberikan ukuran ekuitas merek (*brand equity*) terhadap *hand phone* merek Nokia dipandang dari segi jenis kelamin tidak terbukti.
6. Hasil dari analisis Chi-Square untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan dalam memberikan ukuran ekuitas merek (*brand equity*) pada produk *hand phone* merek Nokia adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14

Ringkasan Hasil Analisis Chi-Square

Dimensi	Usia	Jenis Kelamin	Tingkat Pendapatan
Performance	Ada perbedaan ukuran	Tidak ada perbedaan ukuran	Tidak ada perbedaan ukuran
Social Image	Tidak ada perbedaan ukuran	Tidak ada perbedaan ukuran	Tidak ada perbedaan ukuran
Value	Ada perbedaan ukuran	Tidak ada perbedaan ukuran	Tidak ada perbedaan ukuran
Trustworthiness	Tidak ada perbedaan ukuran	Tidak ada perbedaan ukuran	Ada perbedaan ukuran
Attachment	Tidak ada perbedaan ukuran	Tidak ada perbedaan ukuran	Ada perbedaan ukuran

Dari tabel ringkasan diatas dapat diambil kesimpulan, ditinjau dari segi usia diketahui bahwa dimensi *social image*, *trustworthiness*, dan *attachment* tidak ada perbedaan ukuran ekuitas merek (*brand equity*), sedangkan pada dimensi *performance* dan *value* ada perbedaan ukuran ekuitas merek (*brand equity*), perbedaan ini terdapat pada responden yang berusia kurang dari 55 tahun dengan responden yang berusia 35-44 tahun dan 45-54 tahun pada dimensi *performance*, sedangkan pada dimensi *value* perbedaan ini terdapat pada responden yang berusia kurang dari 55 tahun dengan responden yang berusia 35-44 tahun. Dengan demikian konsumen produk *hand phone* merek Nokia dari segi usia memberikan ukuran yang tidak sama terhadap ekuitas merek pada produk *hand phone* merek Nokia tersebut.

Ditinjau dari jenis kelamin ternyata diketahui bahwa secara keseluruhan tidak ada perbedaan ukuran ekuitas merek (*brand equity*).

Dengan demikian konsumen produk *hand phone* merek Nokia dari segi kelamin, baik pria maupun wanita memberikan ukuran yang sama terhadap ekuitas merek produk *hand phone* merek Nokia tersebut.

Ditinjau dari tingkat pendapatan diketahui bahwa dimensi *performance*, *social image*, dan *value* tidak ada perbedaan ukuran ekuitas merek (*brand equity*), sedangkan pada dimensi *trustworthiness* dan *attachment*, ada perbedaan ukuran ekuitas merek (*brand equity*), perbedaan ini terdapat pada responden yang berpendapatan kurang dari Rp. 2.000.000,00 dengan responden yang berpendapatan Rp. 1.000.000,00 - Rp. 1.500.000,00 dan Rp. 1.500.000,00 – Rp. 2.000.000,00 pada dimensi *trustworthiness*, sedangkan pada dimensi *attachment* perbedaan ini terdapat pada responden yang berpendapatan kurang dari Rp. 2.000.000,00 dengan responden yang berpendapatan Rp. 1.000.000,00 – Rp. 1.500.000,00. Dengan demikian konsumen produk *hand phone* merek Nokia dari tingkat pendapatan, memberikan ukuran yang tidak sama terhadap ekuitas merek pada produk *hand phone* merek Nokia tersebut.

5.2. Keterbatasan Penelitian dan Implikasi Manajerial

5.2.1. Keterbatasan Penelitian

Skala ini dikembangkan melalui 4 (empat) studi, dimana dilakukan pengurangan skala awal dari 83 (delapan puluh tiga) item menjadi 17 (tujuh belas

item). Skala hasil berkorelasi secara signifikan dengan keseluruhan pengukuran ekuitas merek. Dalam studi ketiga, skala hasil berkorelasi secara signifikan dengan sebuah pengukur ekuitas merek keseluruhan ($p < 0.001$), dan pada waktu tanya jawab dengan responden, mereka kesulitan dengan skala *semantic differensial*. Karena itu, penulis mengganti skala tersebut dengan skala setuju/tidak setuju untuk studi utamanya.

5.2.2. Implikasi Manajerial

1. Berdasarkan hasil penelitian ini, perusahaan produk *hand phone* merek Nokia tersebut diharapkan mampu untuk terus mempertahankan atau bahkan dapat meningkatkan loyalitas merek terhadap konsumennya. Dengan demikian ekuitas merek yang dimiliki oleh produk *hand phone* merek Nokia tersebut dapat dimaksimalkan dengan cara, diantaranya adalah dengan menjaga kualitas atau mutu, baik dari produk maupun kemasannya, atau dengan mengadakan undian berhadiah.
2. Berdasarkan hasil penelitian, ternyata dari 100 orang responden, pengguna *hand phone* merek Nokia adalah sebagian besar adalah berusia remaja-dewasa berusia dibawah 35 tahun ini adalah konsumen terbesar. Oleh karena itu perlu dilakukan penyesuaian lagi pada produk *hand phone* merek Nokia mengingat segmentasi produk untuk usia

remaja-dewasa dengan menyadari bahwa mereka adalah konsumen yang potensial untuk menjadi pelanggan yang loyal.

3. Untuk menjaga kesadaran merek (*brand awareness*) dari produk *hand phone* merek Nokia tersebut, langkah alternatif yang dapat dilakukan misalnya dengan mensponsori berbagai even-even kegiatan tertentu yang dianggap relevan dengan produk *hand phone* merek Nokia tersebut, melakukan kegiatan periklanan secara periodik diberbagai media massa, dan lain sebagainya. Hal ini mengingat bahwa perusahaan Nokia merupakan *market leader* di pasar *hand phone* di Indonesia dan mempertegas slogan “teknologi yang mengerti anda”.
4. Guna menjaga ekuitas merek yang telah dimiliki produk *hand phone* merek Nokia tersebut perusahaan harus mampu mempertahankan serta membangun elemen-elemen atau faktor-faktor tersebut. Berdasarkan hasil penelitian ternyata dimensi ekuitas merek produk *hand phone* merek Nokia yang terendah adalah kepercayaan (*trustworthiness*), oleh karena itu untuk memperbaiki dimensi ekuitas merek yang terendah tersebut perusahaan dapat mengambil alternatif untuk memperoleh kepercayaan konsumen seperti membuka layanan konsumen, memberikan garansi atau jalinan kualitas atau mutu produk, dan lain sebagainya.
5. Perusahaan Nokia harus melakukan inovasi-inovasi terhadap produknya maupun di dalam strategi pemasarannya ini dilakukan mengingat

perkembangan teknologi yang semakin pesat. Pengembangan teknologi ini juga harus ditekankan pada penambahan fitur-fitur seperti radio, agenda, game, kamera, dan sebagainya. Inovasi produk juga jangan terbatas pada perkembangan teknologi, tetapi juga dari bentuk, maupun warna, dan pelayanan kepada konsumen seperti *after sales service*.



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A., 1997, *Managing Brand Equity*, Prentice Hall International, Inc.
- Asri, Marwan, 1991, *Marketing*, Unit Penerbitan Fak. Ekonomi UGM.
- David L. Loudon and Albert J. Della Bitta, 1998, *Consumer Behavior : Concept and Applications*, Singapura : Mc. Grand-Hall Book Co.
- Darmadi Durianto, Sugiarto, Tony Sitinjak, 2001, *Strategi Menaklukan Dasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek* : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Freddy Rangkuti, 2002, *The Power of Brand, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek* : Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, Kevin Lane, 1993, *Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer Based Brand Equity*, Journal of Marketing, Vol. 57.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong, 1995, *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation, and Managing*, Prentice Hall International, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 1997, *Dasar-Dasar Pemasaran (Alih Bahasa Alexander Sindoro)*, Cetakan ke-3, Edisi 7, Jakarta : PT. Prehallindo.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong, 1997, *Dasar-Dasar Pemasaran (Alih Bahasa Alexander Sindoro)*, Jakarta : Penerbit Prehallindo.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kedelapan*, Jakarta : Penerbit Erlangga.

Lassar, Walfried, Banwari Mittal, and Arun Sharma, 1995, *Measuring Customer*

Based Brand Equity, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 12 No. 4.

Martin dan Brown, 1990, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta : Penerbit Erlangga.

Park dan Srinivasan, 1994, *Consumer Behavior Theory*, Mc. Graw Hill

Srivastava dan Shocker, 1991, *Marketing Management*, Jakarta : Penerbit PT.

Prehalindo.

Swastha, Basu dan T. Hani Handoko, 1997, *Manajemen Pemasaran dan Analisis*

Perilaku Konsumen, Edisi 1, Yogyakarta : Penerbit BPFE.

Terence A. Shimp, 2003, *Periklanan Promosi : Aspek Tambahan Komunikasi*

Pemasaran Terpadu, Jilid 1, Edisi 5, Jakarta : Penerbit Erlangga.

Kepada

Yth. Saudara / Saudari

Di tempat

Dengan Hormat,

Dengan segala kerendahan hati perkenalkanlah saya

Nama : Haryanto Wibowo

N0. Mhs : 11254 / EM

Universitas : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Memohon kepada Saudara / Saudari untuk memberikan penilaian mengenai produk *hand phone* merek Nokia menurut pengalaman Saudara / Saudari dengan menjawab pertanyaan yang saya ajukan seperti terlampir dalam kuesioner berikut ini.

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah semata-mata sebagai penelitian ilmiah (sebagai bahan penelitian skripsi) dalam rangka memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Univerasitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saya mengucapkan banyak terima kasih atas kesediaan Saudara / Saudari dalam menjawab kuesioner ini. Saya yakin keterangan yang Saudara / Saudari berikan merupakan bantuan yang tak ternilai harganya bagi penyelesaian serta tercapainya maksud dan tujuan penelitian ini.

Hormat Saya,

Haryanto Wibowo

KUESIONER

BAGIAN A

Petunjuk :

Pertanyaan-pertanyaan dibawah ini cukup dijawab dengan memberikan tanda silang (X) pada jawaban yang paling sesuai dengan keadaan

Bapak/Ibu/Saudara/Saudari.

1. Jenis kelamin anda :
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Usia anda saat ini :
 - a. 15 – 24 tahun.
 - b. 25 – 34 tahun.
 - c. 35 – 44 tahun.
 - d. 45 – 54 tahun.
 - e. \geq 55 tahun.
3. Jenis pekerjaan/profesi anda saat ini :
 - a. Pelajar / mahasiswa.
 - b. Pegawai negeri.
 - c. Pegawai swasta.
 - d. Pengusaha / wiraswasta.
 - e. Lain-lain.....(mohon diisi)

4. Pendapatan yang anda peroleh rata-rata tiap bulan (termasuk uang saku bagi pelajar / mahasiswa).

- a. \leq Rp. 500.000,00
- b. Rp. 500.000,00 – Rp 1.000.000,00
- c. Rp. 1.000.000,00 – Rp. 1.500.000,00
- d. Rp. 1.500.000,00 – Rp. 2.000.000,00
- e. \geq Rp. 2.000.000,00

BAGIAN B

Pada kuesioner bagian B ini anda diminta untuk memberikan tanda cek (\checkmark) pada kotak jawaban yang telah tersedia sesuai dengan pendapat yang anda anggap benar.

Pernyataan :

A. Performance (Kinerja)

1. *Hand phone* merek NOKIA mampu mengakses cepat ke semua fungsi dengan satu tombol (*navy key*).
 Setuju Tidak Setuju
2. Pada saat saya memutuskan untuk membeli *hand phone* merek NOKIA , berdasarkan pada kekuatan sinyalnya
 Setuju Tidak Setuju
3. *Hand phone* merek NOKIA memiliki daya tahan baterai lebih lama dibandingkan merek lain.
 Setuju Tidak Setuju

4. *Hand phone* merek NOKIA ini bekerja sebagaimana mestinya setiap kali perangkat ini digunakan.

Setuju Tidak Setuju

B. *Social Image* (Pandangan Masyarakat)

1. *Hand phone* merek NOKIA ini cocok dengan penampilan/kepribadian saya

Setuju Tidak Setuju

2. Saya merasa bangga menggunakan *hand phone* merek NOKIA mengikuti trend yang ada sekarang ini.

Setuju Tidak Setuju

3. *Hand phone* merek NOKIA ini mendapat penilaian yang baik dari rekan-rekan saya.

Setuju Tidak Setuju

4. Dalam bentuk, ukuran, model, dan penampilannya saya merasakan *hand phone* merek NOKIA ini sangat baik.

Setuju Tidak Setuju

C. *Value* (Nilai)

1. *Hand phone* merek NOKIA ini harganya setara dengan harga *hand phone* merek lain.

Setuju Tidak Setuju

2. Saya akan mendapatkan manfaat/nilai lebih dengan tersediannya *acesoris* dan suku cadang *hand phone* merek NOKIA ini.

Setuju Tidak Setuju

3. *Hand phone* merek NOKIA ini terasa lebih menguntungkan karena manfaat yang saya peroleh.

Setuju Tidak Setuju

4. *Hand phone* merek NOKIA memberikan kenyamanan lebih baik dibandingkan merek lain.

Setuju Tidak Setuju

D. *Trustworthiness* (Kepercayaan)

1. Saya menilai produk *hand phone* merek NOKIA memiliki mutu yang dapat dipercaya.

Setuju Tidak Setuju

2. *Hand phone* merek NOKIA memberikan jaminan berupa garansi jika terjadi kerusakan dengan batas waktu yang telah ditentukan.

Setuju Tidak Setuju

3. Saya percaya bahwa perusahaan *hand phone* merek NOKIA ini mempunyai komitmen yang tinggi pada kepuasan konsumennya.

Setuju Tidak Setuju

4. Saya menilai kualitas dari *hand phone* merek NOKIA cukup baik.

Setuju Tidak Setuju

E. Attachment (Tanggung Jawab)

1. Saya menilai perusahaan *hand phone* merek NOKIA sangat peduli dalam hal kepentingan konsumennya.

Setuju Tidak Setuju

2. Setelah menggunakan *hand phone* merek NOKIA ini saya tidak akan pindah ke merek yang yang lain.

Setuju Tidak Setuju

3. Terhadap *hand phone* merek NOKIA ini saya mempunyai perasaan pribadi yang positif.

Setuju Tidak Setuju

4. Harga dari *hand phone* merek NOKIA sesuai dengan mutu yang saya harapkan.

Setuju Tidak Setuju



LAMPIRAN

Frequency Table

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	64	64,0	64,0	64,0
	Wanita	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 - 24 tahun	26	26,0	26,0	26,0
	25 - 34 tahun	49	49,0	49,0	75,0
	35 - 44 tahun	13	13,0	13,0	88,0
	45 - 54 tahun	8	8,0	8,0	96,0
	Lebih dari 55 tahun	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Jenis pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	65	65,0	65,0	65,0
	Pegawai negeri	13	13,0	13,0	78,0
	Pegawai swasta	12	12,0	12,0	90,0
	Pengusaha/Wiraswasta	8	8,0	8,0	98,0
	Lain-lain	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari Rp. 500.000	24	24,0	24,0	24,0
	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	46	46,0	46,0	70,0
	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	15	15,0	15,0	85,0
	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	10	10,0	10,0	95,0
	Lebih dari Rp. 2.000.000	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Frequency Table

PERFO_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	8	8,0	8,0	8,0
	Setuju	92	92,0	92,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

PERFO_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	14	14,0	14,0	14,0
	Setuju	86	86,0	86,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

PERFO_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	34	34,0	34,0	34,0
	Setuju	66	66,0	66,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

PERFO_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	18	18,0	18,0	18,0
	Setuju	82	82,0	82,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

SOCIAL_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Setuju	96	96,0	96,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

SOCIAL_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	34	34,0	34,0	34,0
	Setuju	66	66,0	66,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

SOCIAL_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	46	46,0	46,0	46,0
	Setuju	54	54,0	54,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

SOCIAL_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	17	17,0	17,0	17,0
	Setuju	83	83,0	83,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

VALUE_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	12	12,0	12,0	12,0
	Setuju	88	88,0	88,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

VALUE_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	58	58,0	58,0	58,0
	Setuju	42	42,0	42,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

VALUE_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	9	9,0	9,0	9,0
	Setuju	91	91,0	91,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

VALUE_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	10	10,0	10,0	10,0
	Setuju	90	90,0	90,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

TRUST_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	21	21,0	21,0	21,0
	Setuju	79	79,0	79,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

TRUST_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	35	35,0	35,0	35,0
	Setuju	65	65,0	65,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

TRUST_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	34	34,0	34,0	34,0
	Setuju	66	66,0	66,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

TRUST_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	33	33,0	33,0	33,0
	Setuju	67	67,0	67,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

ATTAC_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	28	28,0	28,0	28,0
	Setuju	72	72,0	72,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

ATTAC_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	40	40,0	40,0	40,0
	Setuju	60	60,0	60,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

ATTAC_3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	15	15,0	15,0	15,0
Setuju	85	85,0	85,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

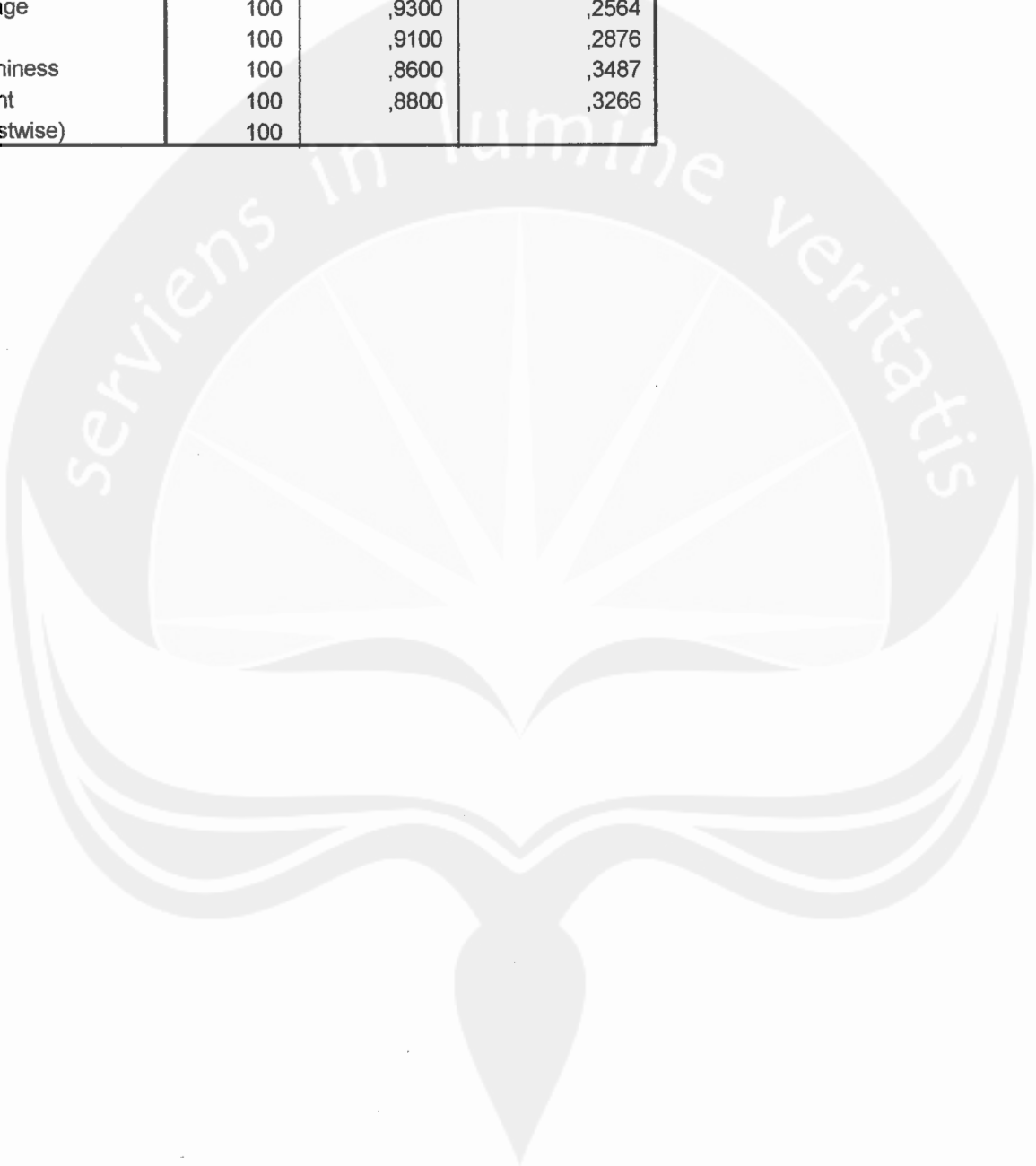
ATTAC_4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak setuju	33	33,0	33,0	33,0
Setuju	67	67,0	67,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Performance	100	,9000	,3015
Social image	100	,9300	,2564
Value	100	,9100	,2876
Trustworthiness	100	,8600	,3487
Attachment	100	,8800	,3266
Valid N (listwise)	100		



Jenis kelamin * Performance

Crosstab

			Performance		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Jenis kelamin	Pria	Count	5	59	64
		% within Jenis kelamin	7,8%	92,2%	100,0%
		% within Performance	50,0%	65,6%	64,0%
		% of Total	5,0%	59,0%	64,0%
	Wanita	Count	5	31	36
		% within Jenis kelamin	13,9%	86,1%	100,0%
		% within Performance	50,0%	34,4%	36,0%
		% of Total	5,0%	31,0%	36,0%
Total	Count	10	90	100	
	% within Jenis kelamin	10,0%	90,0%	100,0%	
	% within Performance	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	10,0%	90,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,945 ^b	1	,331		
Continuity Correction ^a	,391	1	,532		
Likelihood Ratio	,912	1	,340		
Fisher's Exact Test				,489	,262
Linear-by-Linear Association	,936	1	,333		
N of Valid Cases	100				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,60.

Jenis kelamin * Social image

Crosstab

			Social image		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Jenis kelamin	Pria	Count	5	59	64
		% within Jenis kelamin	7,8%	92,2%	100,0%
		% within Social image	71,4%	63,4%	64,0%
		% of Total	5,0%	59,0%	64,0%
	Wanita	Count	2	34	36
		% within Jenis kelamin	5,6%	94,4%	100,0%
		% within Social image	28,6%	36,6%	36,0%
		% of Total	2,0%	34,0%	36,0%
Total	Count	7	93	100	
	% within Jenis kelamin	7,0%	93,0%	100,0%	
	% within Social image	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	7,0%	93,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,180 ^b	1	,671		
Continuity Correction ^a	,000	1	,987		
Likelihood Ratio	,186	1	,666		
Fisher's Exact Test				1,000	,507
Linear-by-Linear Association	,178	1	,673		
N of Valid Cases	100				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,52.

Jenis kelamin * Value

Crosstab

			Value		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Jenis kelamin	Pria	Count	8	56	64
		% within Jenis kelamin	12,5%	87,5%	100,0%
		% within Value	88,9%	61,5%	64,0%
		% of Total	8,0%	56,0%	64,0%
	Wanita	Count	1	35	36
		% within Jenis kelamin	2,8%	97,2%	100,0%
		% within Value	11,1%	38,5%	36,0%
		% of Total	1,0%	35,0%	36,0%
Total	Count	9	91	100	
	% within Jenis kelamin	9,0%	91,0%	100,0%	
	% within Value	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	9,0%	91,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	2,659 ^b	1	,103		
Continuity Correction ^a	1,604	1	,205		
Likelihood Ratio	3,142	1	,076		
Fisher's Exact Test				,151	,098
Linear-by-Linear Association	2,632	1	,105		
N of Valid Cases	100				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,24.

Jenis kelamin * Trustworthiness

Crosstab

			Trustworthiness		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Jenis kelamin	Pria	Count	11	53	64
		% within Jenis kelamin	17,2%	82,8%	100,0%
		% within Trustworthiness	78,6%	61,6%	64,0%
		% of Total	11,0%	53,0%	64,0%
	Wanita	Count	3	33	36
		% within Jenis kelamin	8,3%	91,7%	100,0%
		% within Trustworthiness	21,4%	38,4%	36,0%
		% of Total	3,0%	33,0%	36,0%
Total	Count	14	86	100	
	% within Jenis kelamin	14,0%	86,0%	100,0%	
	% within Trustworthiness	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	14,0%	86,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,500 ^b	1	,221		
Continuity Correction ^a	,855	1	,355		
Likelihood Ratio	1,608	1	,205		
Fisher's Exact Test				,368	,179
Linear-by-Linear Association	1,485	1	,223		
N of Valid Cases	100				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,04.

Jenis kelamin * Attachment

Crosstab

			Attachment		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Jenis kelamin	Pria	Count	9	55	64
		% within Jenis kelamin	14,1%	85,9%	100,0%
		% within Attachment	75,0%	62,5%	64,0%
		% of Total	9,0%	55,0%	64,0%
	Wanita	Count	3	33	36
		% within Jenis kelamin	8,3%	91,7%	100,0%
		% within Attachment	25,0%	37,5%	36,0%
		% of Total	3,0%	33,0%	36,0%
Total	Count	12	88	100	
	% within Jenis kelamin	12,0%	88,0%	100,0%	
	% within Attachment	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	12,0%	88,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,716 ^b	1	,397		
Continuity Correction ^a	,276	1	,599		
Likelihood Ratio	,752	1	,386		
Fisher's Exact Test				,529	,307
Linear-by-Linear Association	,709	1	,400		
N of Valid Cases	100				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,32.

Usia * Performance

Crosstab

			Performance		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Usia	15 - 24 tahun	Count	4	22	26
		% within Usia	15,4%	84,6%	100,0%
		% within Performance	40,0%	24,4%	26,0%
		% of Total	4,0%	22,0%	26,0%
25 - 34 tahun	25 - 34 tahun	Count	4	45	49
		% within Usia	8,2%	91,8%	100,0%
		% within Performance	40,0%	50,0%	49,0%
		% of Total	4,0%	45,0%	49,0%
35 - 44 tahun	35 - 44 tahun	Count		13	13
		% within Usia		100,0%	100,0%
		% within Performance		14,4%	13,0%
		% of Total		13,0%	13,0%
45 - 54 tahun	45 - 54 tahun	Count		8	8
		% within Usia		100,0%	100,0%
		% within Performance		8,9%	8,0%
		% of Total		8,0%	8,0%
Lebih dari 55 tahun	Lebih dari 55 tahun	Count	2	2	4
		% within Usia	50,0%	50,0%	100,0%
		% within Performance	20,0%	2,2%	4,0%
		% of Total	2,0%	2,0%	4,0%
Total	Total	Count	10	90	100
		% within Usia	10,0%	90,0%	100,0%
		% within Performance	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	10,0%	90,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10,466 ^a	4	,033
Likelihood Ratio	9,438	4	,051
Linear-by-Linear Association	,026	1	,871
N of Valid Cases	100		

a. 6 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,40.

Usia * Social image

Crosstab

			Social image		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Usia	15 - 24 tahun	Count	2	24	26
		% within Usia	7,7%	92,3%	100,0%
		% within Social image	28,6%	25,8%	26,0%
		% of Total	2,0%	24,0%	26,0%
25 - 34 tahun	Count	Count	3	46	49
		% within Usia	6,1%	93,9%	100,0%
		% within Social image	42,9%	49,5%	49,0%
		% of Total	3,0%	46,0%	49,0%
35 - 44 tahun	Count	Count	1	12	13
		% within Usia	7,7%	92,3%	100,0%
		% within Social image	14,3%	12,9%	13,0%
		% of Total	1,0%	12,0%	13,0%
45 - 54 tahun	Count	Count		8	8
		% within Usia		100,0%	100,0%
		% within Social image		8,6%	8,0%
		% of Total		8,0%	8,0%
Lebih dari 55 tahun	Count	Count	1	3	4
		% within Usia	25,0%	75,0%	100,0%
		% within Social image	14,3%	3,2%	4,0%
		% of Total	1,0%	3,0%	4,0%
Total	Count	Count	7	93	100
		% within Usia	7,0%	93,0%	100,0%
		% within Social image	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	7,0%	93,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,680 ^a	4	,613
Likelihood Ratio	2,505	4	,644
Linear-by-Linear Association	,131	1	,717
N of Valid Cases	100		

a. 6 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,28.

Usia * Value

Crosstab

			Value		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Usia	15 - 24 tahun	Count	3	23	26
		% within Usia	11,5%	88,5%	100,0%
		% within Value	33,3%	25,3%	26,0%
		% of Total	3,0%	23,0%	26,0%
	25 - 34 tahun	Count	2	47	49
		% within Usia	4,1%	95,9%	100,0%
		% within Value	22,2%	51,6%	49,0%
		% of Total	2,0%	47,0%	49,0%
	35 - 44 tahun	Count		13	13
		% within Usia		100,0%	100,0%
		% within Value		14,3%	13,0%
		% of Total		13,0%	13,0%
	45 - 54 tahun	Count	1	7	8
		% within Usia	12,5%	87,5%	100,0%
		% within Value	11,1%	7,7%	8,0%
		% of Total	1,0%	7,0%	8,0%
	Lebih dari 55 tahun	Count	3	1	4
		% within Usia	75,0%	25,0%	100,0%
		% within Value	33,3%	1,1%	4,0%
		% of Total	3,0%	1,0%	4,0%
Total		Count	9	91	100
		% within Usia	9,0%	91,0%	100,0%
		% within Value	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	9,0%	91,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	24,332 ^a	4	,000
Likelihood Ratio	14,672	4	,005
Linear-by-Linear Association	5,103	1	,024
N of Valid Cases	100		

a. 6 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,36.

Usia * Trustworthiness

Crosstab

			Trustworthiness		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Usia	15 - 24 tahun	Count	3	23	26
		% within Usia	11,5%	88,5%	100,0%
		% within Trustworthiness	21,4%	26,7%	26,0%
		% of Total	3,0%	23,0%	26,0%
25 - 34 tahun	25 - 34 tahun	Count	4	45	49
		% within Usia	8,2%	91,8%	100,0%
		% within Trustworthiness	28,6%	52,3%	49,0%
		% of Total	4,0%	45,0%	49,0%
35 - 44 tahun	35 - 44 tahun	Count	3	10	13
		% within Usia	23,1%	76,9%	100,0%
		% within Trustworthiness	21,4%	11,6%	13,0%
		% of Total	3,0%	10,0%	13,0%
45 - 54 tahun	45 - 54 tahun	Count	2	6	8
		% within Usia	25,0%	75,0%	100,0%
		% within Trustworthiness	14,3%	7,0%	8,0%
		% of Total	2,0%	6,0%	8,0%
Lebih dari 55 tahun	Lebih dari 55 tahun	Count	2	2	4
		% within Usia	50,0%	50,0%	100,0%
		% within Trustworthiness	14,3%	2,3%	4,0%
		% of Total	2,0%	2,0%	4,0%
Total	Total	Count	14	86	100
		% within Usia	14,0%	86,0%	100,0%
		% within Trustworthiness	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	14,0%	86,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7,517 ^a	4	,111
Likelihood Ratio	6,100	4	,192
Linear-by-Linear Association	4,899	1	,027
N of Valid Cases	100		

a. 5 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,56.

Usia * Attachment

Crosstab

		Attachment		Total	
		Tidak setuju	Setuju		
Usia	15 - 24 tahun	Count	3	23	26
		% within Usia	11,5%	88,5%	100,0%
		% within Attachment	25,0%	26,1%	26,0%
		% of Total	3,0%	23,0%	26,0%
25 - 34 tahun	25 - 34 tahun	Count	5	44	49
		% within Usia	10,2%	89,8%	100,0%
		% within Attachment	41,7%	50,0%	49,0%
		% of Total	5,0%	44,0%	49,0%
35 - 44 tahun	35 - 44 tahun	Count		13	13
		% within Usia		100,0%	100,0%
		% within Attachment		14,8%	13,0%
		% of Total		13,0%	13,0%
45 - 54 tahun	45 - 54 tahun	Count	2	6	8
		% within Usia	25,0%	75,0%	100,0%
		% within Attachment	16,7%	6,8%	8,0%
		% of Total	2,0%	6,0%	8,0%
Lebih dari 55 tahun	Lebih dari 55 tahun	Count	2	2	4
		% within Usia	50,0%	50,0%	100,0%
		% within Attachment	16,7%	2,3%	4,0%
		% of Total	2,0%	2,0%	4,0%
Total	Total	Count	12	88	100
		% within Usia	12,0%	88,0%	100,0%
		% within Attachment	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	12,0%	88,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,678 ^a	4	,070
Likelihood Ratio	7,951	4	,093
Linear-by-Linear Association	2,420	1	,120
N of Valid Cases	100		

a. 5 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,48.

Pendapatan * Performance

Crosstab

			Performance		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Pendapatan	Kurang dari Rp. 500.000	Count	5	19	24
		% within Pendapatan	20,8%	79,2%	100,0%
		% within Performance	50,0%	21,1%	24,0%
		% of Total	5,0%	19,0%	24,0%
	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	Count	2	44	46
		% within Pendapatan	4,3%	95,7%	100,0%
% within Performance		20,0%	48,9%	46,0%	
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	Count	1	14	15	
	% within Pendapatan	6,7%	93,3%	100,0%	
	% within Performance	10,0%	15,6%	15,0%	
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Count	1	9	10	
	% within Pendapatan	10,0%	90,0%	100,0%	
	% within Performance	10,0%	10,0%	10,0%	
Lebih dari Rp. 2.000.000	Count	1	4	5	
	% within Pendapatan	20,0%	80,0%	100,0%	
	% within Performance	10,0%	4,4%	5,0%	
Total	Count	10	90	100	
	% within Pendapatan	10,0%	90,0%	100,0%	
	% within Performance	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	10,0%	90,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,503 ^a	4	,239
Likelihood Ratio	5,146	4	,273
Linear-by-Linear Association	,240	1	,624
N of Valid Cases	100		

a. 6 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,50.

Pendapatan * Social image

Crosstab

			Social image		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Pendapatan	Kurang dari Rp. 500.000	Count	3	21	24
		% within Pendapatan	12,5%	87,5%	100,0%
		% within Social image	42,9%	22,6%	24,0%
	% of Total	3,0%	21,0%	24,0%	
	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	Count	2	44	46
		% within Pendapatan	4,3%	95,7%	100,0%
% within Social image		28,6%	47,3%	46,0%	
% of Total	2,0%	44,0%	46,0%		
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	Count	1	14	15	
	% within Pendapatan	6,7%	93,3%	100,0%	
	% within Social image	14,3%	15,1%	15,0%	
% of Total	1,0%	14,0%	15,0%		
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Count		10	10	
	% within Pendapatan		100,0%	100,0%	
	% within Social image		10,8%	10,0%	
% of Total			10,0%	10,0%	
Lebih dari Rp. 2.000.000	Count	1	4	5	
	% within Pendapatan	20,0%	80,0%	100,0%	
	% within Social image	14,3%	4,3%	5,0%	
% of Total	1,0%	4,0%	5,0%		
Total	Count		7	93	100
	% within Pendapatan		7,0%	93,0%	100,0%
	% within Social image		100,0%	100,0%	100,0%
	% of Total		7,0%	93,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,665 ^a	4	,453
Likelihood Ratio	3,837	4	,428
Linear-by-Linear Association	,087	1	,768
N of Valid Cases	100		

a. 6 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,35.

Pendapatan * Value

Crosstab

			Value		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Pendapatan	Kurang dari Rp. 500.000	Count	3	21	24
		% within Pendapatan	12,5%	87,5%	100,0%
		% within Value	33,3%	23,1%	24,0%
		% of Total	3,0%	21,0%	24,0%
Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	Count	2	44	46	
	% within Pendapatan	4,3%	95,7%	100,0%	
	% within Value	22,2%	48,4%	46,0%	
	% of Total	2,0%	44,0%	46,0%	
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	Count	1	14	15	
	% within Pendapatan	6,7%	93,3%	100,0%	
	% within Value	11,1%	15,4%	15,0%	
	% of Total	1,0%	14,0%	15,0%	
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Count	2	8	10	
	% within Pendapatan	20,0%	80,0%	100,0%	
	% within Value	22,2%	8,8%	10,0%	
	% of Total	2,0%	8,0%	10,0%	
Lebih dari Rp. 2.000.000	Count	1	4	5	
	% within Pendapatan	20,0%	80,0%	100,0%	
	% within Value	11,1%	4,4%	5,0%	
	% of Total	1,0%	4,0%	5,0%	
Total	Count	9	91	100	
	% within Pendapatan	9,0%	91,0%	100,0%	
	% within Value	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	9,0%	91,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,890 ^a	4	,421
Likelihood Ratio	3,609	4	,462
Linear-by-Linear Association	,730	1	,393
N of Valid Cases	100		

a. 6 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,45.

Pendapatan * Trustworthiness

Crosstab

			Trustworthiness		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Pendapatan	Kurang dari Rp. 500.000	Count	5	19	24
		% within Pendapatan	20,8%	79,2%	100,0%
		% within Trustworthiness	35,7%	22,1%	24,0%
		% of Total	5,0%	19,0%	24,0%
Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	Count	3	43	46	
	% within Pendapatan	6,5%	93,5%	100,0%	
	% within Trustworthiness	21,4%	50,0%	46,0%	
	% of Total	3,0%	43,0%	46,0%	
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	Count		15	15	
	% within Pendapatan		100,0%	100,0%	
	% within Trustworthiness		17,4%	15,0%	
	% of Total		15,0%	15,0%	
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Count	4	6	10	
	% within Pendapatan	40,0%	60,0%	100,0%	
	% within Trustworthiness	28,6%	7,0%	10,0%	
	% of Total	4,0%	6,0%	10,0%	
Lebih dari Rp. 2.000.000	Count	2	3	5	
	% within Pendapatan	40,0%	60,0%	100,0%	
	% within Trustworthiness	14,3%	3,5%	5,0%	
	% of Total	2,0%	3,0%	5,0%	
Total	Count	14	86	100	
	% within Pendapatan	14,0%	86,0%	100,0%	
	% within Trustworthiness	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	14,0%	86,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,931 ^a	4	,008
Likelihood Ratio	14,059	4	,007
Linear-by-Linear Association	2,015	1	,156
N of Valid Cases	100		

a. 5 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,70.

Pendapatan * Attachment

Crosstab

			Attachment		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Pendapatan	Kurang dari Rp. 500.000	Count	5	19	24
		% within Pendapatan	20,8%	79,2%	100,0%
		% within Attachment	41,7%	21,6%	24,0%
		% of Total	5,0%	19,0%	24,0%
	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	Count	3	43	46
	% within Pendapatan	6,5%	93,5%	100,0%	
	% within Attachment	25,0%	48,9%	46,0%	
	% of Total	3,0%	43,0%	46,0%	
	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	Count		15	15
	% within Pendapatan		100,0%	100,0%	
	% within Attachment		17,0%	15,0%	
	% of Total		15,0%	15,0%	
	Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Count	1	9	10
	% within Pendapatan	10,0%	90,0%	100,0%	
	% within Attachment	8,3%	10,2%	10,0%	
	% of Total	1,0%	9,0%	10,0%	
	Lebih dari Rp. 2.000.000	Count	3	2	5
	% within Pendapatan	60,0%	40,0%	100,0%	
	% within Attachment	25,0%	2,3%	5,0%	
	% of Total	3,0%	2,0%	5,0%	
Total		Count	12	88	100
		% within Pendapatan	12,0%	88,0%	100,0%
		% within Attachment	100,0%	100,0%	100,0%
		% of Total	12,0%	88,0%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	16,073 ^a	4	,003
Likelihood Ratio	13,410	4	,009
Linear-by-Linear Association	,663	1	,415
N of Valid Cases	100		

a. 5 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,60.

Jenis pekerjaan * Performance

Crosstab

			Performance		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Jenis pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Count	6	59	65
		% within Jenis pekerjaan	9,2%	90,8%	100,0%
		% within Performance	60,0%	65,6%	65,0%
		% of Total	6,0%	59,0%	65,0%
	Pegawai negeri	Count	1	12	13
		% within Jenis pekerjaan	7,7%	92,3%	100,0%
		% within Performance	10,0%	13,3%	13,0%
		% of Total	1,0%	12,0%	13,0%
	Pegawai swasta	Count	1	11	12
		% within Jenis pekerjaan	8,3%	91,7%	100,0%
		% within Performance	10,0%	12,2%	12,0%
		% of Total	1,0%	11,0%	12,0%
Pengusaha/Wiraswasta	Count	1	7	8	
	% within Jenis pekerjaan	12,5%	87,5%	100,0%	
	% within Performance	10,0%	7,8%	8,0%	
	% of Total	1,0%	7,0%	8,0%	
Lain-lain	Count	1	1	2	
	% within Jenis pekerjaan	50,0%	50,0%	100,0%	
	% within Performance	10,0%	1,1%	2,0%	
	% of Total	1,0%	1,0%	2,0%	
Total	Count	10	90	100	
	% within Jenis pekerjaan	10,0%	90,0%	100,0%	
	% within Performance	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	10,0%	90,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,768 ^a	4	,438
Likelihood Ratio	2,261	4	,688
Linear-by-Linear Association	,901	1	,343
N of Valid Cases	100		

a. 5 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,20.

Jenis pekerjaan * Social image

Crosstab

			Social image		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Jenis pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Count	4	61	65
		% within Jenis pekerjaan	6,2%	93,8%	100,0%
		% within Social image	57,1%	65,6%	65,0%
		% of Total	4,0%	61,0%	65,0%
	Pegawai negeri	Count	2	11	13
		% within Jenis pekerjaan	15,4%	84,6%	100,0%
		% within Social image	28,6%	11,8%	13,0%
		% of Total	2,0%	11,0%	13,0%
	Pegawai swasta	Count		12	12
		% within Jenis pekerjaan		100,0%	100,0%
		% within Social image		12,9%	12,0%
		% of Total		12,0%	12,0%
	Pengusaha/Wiraswasta	Count		8	8
		% within Jenis pekerjaan		100,0%	100,0%
		% within Social image		8,6%	8,0%
		% of Total		8,0%	8,0%
Lain-lain	Count	1	1	2	
	% within Jenis pekerjaan	50,0%	50,0%	100,0%	
	% within Social image	14,3%	1,1%	2,0%	
	% of Total	1,0%	1,0%	2,0%	
Total	Count	7	93	100	
	% within Jenis pekerjaan	7,0%	93,0%	100,0%	
	% within Social image	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	7,0%	93,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8,661 ^a	4	,070
Likelihood Ratio	6,739	4	,150
Linear-by-Linear Association	,177	1	,674
N of Valid Cases	100		

a. 6 cells (60,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,14.

Jenis pekerjaan * Value

Crosstab

			Value		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Jenis pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Count	4	61	65
		% within Jenis pekerjaan	6,2%	93,8%	100,0%
		% within Value	44,4%	67,0%	65,0%
		% of Total	4,0%	61,0%	65,0%
	Pegawai negeri	Count	2	11	13
		% within Jenis pekerjaan	15,4%	84,6%	100,0%
		% within Value	22,2%	12,1%	13,0%
		% of Total	2,0%	11,0%	13,0%
	Pegawai swasta	Count		12	12
		% within Jenis pekerjaan		100,0%	100,0%
		% within Value		13,2%	12,0%
		% of Total		12,0%	12,0%
	Pengusaha/Wiraswasta	Count	2	6	8
		% within Jenis pekerjaan	25,0%	75,0%	100,0%
		% within Value	22,2%	6,6%	8,0%
% of Total		2,0%	6,0%	8,0%	
Lain-lain	Count	1	1	2	
	% within Jenis pekerjaan	50,0%	50,0%	100,0%	
	% within Value	11,1%	1,1%	2,0%	
	% of Total	1,0%	1,0%	2,0%	
Total	Count	9	91	100	
	% within Jenis pekerjaan	9,0%	91,0%	100,0%	
	% within Value	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	9,0%	91,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,082 ^a	4	,059
Likelihood Ratio	7,522	4	,111
Linear-by-Linear Association	3,452	1	,063
N of Valid Cases	100		

a. 5 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,18.

Jenis pekerjaan * Trustworthiness

Crosstab

			Trustworthiness		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Jenis pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Count	7	58	65
		% within Jenis pekerjaan	10,8%	89,2%	100,0%
		% within Trustworthiness	50,0%	67,4%	65,0%
		% of Total	7,0%	58,0%	65,0%
	Pegawai negeri	Count	2	11	13
		% within Jenis pekerjaan	15,4%	84,6%	100,0%
		% within Trustworthiness	14,3%	12,8%	13,0%
		% of Total	2,0%	11,0%	13,0%
	Pegawai swasta	Count	1	11	12
		% within Jenis pekerjaan	8,3%	91,7%	100,0%
		% within Trustworthiness	7,1%	12,8%	12,0%
		% of Total	1,0%	11,0%	12,0%
	Pengusaha/Wiraswasta	Count	3	5	8
		% within Jenis pekerjaan	37,5%	62,5%	100,0%
		% within Trustworthiness	21,4%	5,8%	8,0%
% of Total		3,0%	5,0%	8,0%	
Lain-lain	Count	1	1	2	
	% within Jenis pekerjaan	50,0%	50,0%	100,0%	
	% within Trustworthiness	7,1%	1,2%	2,0%	
	% of Total	1,0%	1,0%	2,0%	
Total	Count	14	86	100	
	% within Jenis pekerjaan	14,0%	86,0%	100,0%	
	% within Trustworthiness	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	14,0%	86,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,727 ^a	4	,151
Likelihood Ratio	5,172	4	,270
Linear-by-Linear Association	3,774	1	,052
N of Valid Cases	100		

a. 5 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,28.

Jenis pekerjaan * Attachment

Crosstab

			Attachment		Total
			Tidak setuju	Setuju	
Jenis pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	Count	8	57	65
		% within Jenis pekerjaan	12,3%	87,7%	100,0%
		% within Attachment	66,7%	64,8%	65,0%
		% of Total	8,0%	57,0%	65,0%
	Pegawai negeri	Count	1	12	13
		% within Jenis pekerjaan	7,7%	92,3%	100,0%
		% within Attachment	8,3%	13,6%	13,0%
		% of Total	1,0%	12,0%	13,0%
	Pegawai swasta	Count	1	11	12
		% within Jenis pekerjaan	8,3%	91,7%	100,0%
		% within Attachment	8,3%	12,5%	12,0%
		% of Total	1,0%	11,0%	12,0%
	Pengusaha/Wiraswasta	Count	1	7	8
		% within Jenis pekerjaan	12,5%	87,5%	100,0%
		% within Attachment	8,3%	8,0%	8,0%
% of Total		1,0%	7,0%	8,0%	
Lain-lain	Count	1	1	2	
	% within Jenis pekerjaan	50,0%	50,0%	100,0%	
	% within Attachment	8,3%	1,1%	2,0%	
	% of Total	1,0%	1,0%	2,0%	
Total	Count	12	88	100	
	% within Jenis pekerjaan	12,0%	88,0%	100,0%	
	% within Attachment	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	12,0%	88,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,124 ^a	4	,537
Likelihood Ratio	2,158	4	,707
Linear-by-Linear Association	,236	1	,627
N of Valid Cases	100		

a. 5 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,24.

Means

Report

Jenis kelamin	Performance	Social image	Value	Trustworthiness	Attachment
Pria					
Mean	,9219	,9219	,8750	,8281	,8594
N	64	64	64	64	64
Std. Deviation	,2705	,2705	,3333	,3803	,3504
Wanita					
Mean	,8611	,9444	,9722	,9167	,9167
N	36	36	36	36	36
Std. Deviation	,3507	,2323	,1667	,2803	,2803
Total					
Mean	,9000	,9300	,9100	,8600	,8800
N	100	100	100	100	100
Std. Deviation	,3015	,2564	,2876	,3487	,3266

Means

Report

Usia	Performance	Social image	Value	Trustworthiness	Attachment
15 - 24 tahun	Mean N	,9231 26	,8846 26	,8846 26	,8846 26
	Std. Deviation	,2717	,3258	,3258	,3258
25 - 34 tahun	Mean N	,9388 49	,9592 49	,9184 49	,8980 49
	Std. Deviation	,2422	,1999	,2766	,3058
35 - 44 tahun	Mean N	,9231 13	1,0000 13	,7692 13	1,0000 13
	Std. Deviation	,2774	,0000	,4385	,0000
45 - 54 tahun	Mean N	1,0000 8	,8750 8	,7500 8	,7500 8
	Std. Deviation	,0000	,3536	,4629	,4629
Lebih dari 55 tahun	Mean N	,7500 4	,2500 4	,5000 4	,5000 4
	Std. Deviation	,5000	,5000	,5774	,5774
Total	Mean N	,9300 100	,9100 100	,8600 100	,8800 100
	Std. Deviation	,2564	,2876	,3487	,3266

Means

Report

Jenis pekerjaan	Performance	Social image	Value	Trustworthiness	Attachment
Pelajar/Mahasiswa	Mean	,9385	,9385	,8923	,8769
	N	65	65	65	65
	Std. Deviation	,2917	,2422	,3124	,3311
Pegawai negeri	Mean	,8462	,8462	,8462	,9231
	N	13	13	13	13
	Std. Deviation	,2774	,3755	,3755	,2774
Pegawai swasta	Mean	,9167	1,0000	,9167	,9167
	N	12	12	12	12
	Std. Deviation	,2887	,0000	,0000	,2887
Pengusaha/Wiraswasta	Mean	,8750	1,0000	,6250	,8750
	N	8	8	8	8
	Std. Deviation	,3536	,0000	,5175	,3536
Lain-lain	Mean	,5000	,5000	,5000	,5000
	N	2	2	2	2
	Std. Deviation	,7071	,7071	,7071	,7071
Total	Mean	,9000	,9300	,8600	,8800
	N	100	100	100	100
	Std. Deviation	,3015	,2564	,3487	,3266

Means

Report

Pendapatan	Performance	Social image	Value	Trustworthiness	Attachment
Kurang dari Rp. 500.000	Mean	,8750	,8750	,7917	,7917
	N	24	24	24	24
	Std. Deviation	,4149	,3378	,3378	,4149
Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	Mean	,9565	,9565	,9348	,9348
	N	46	46	46	46
	Std. Deviation	,2062	,2062	,2062	,2496
Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	Mean	,9333	,9333	1,0000	1,0000
	N	15	15	15	15
	Std. Deviation	,2582	,2582	,2582	,0000
Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	Mean	,9000	1,0000	,6000	,9000
	N	10	10	10	10
	Std. Deviation	,3162	,0000	,4216	,5164
Lebih dari Rp. 2.000.000	Mean	,8000	,8000	,6000	,4000
	N	5	5	5	5
	Std. Deviation	,4472	,4472	,4472	,5477
Total	Mean	,9000	,9300	,8600	,8800
	N	100	100	100	100
	Std. Deviation	,3015	,2564	,2876	,3487

Case Processing Summary^a

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis kelamin	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Usia	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Jenis pekerjaan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
Pendapatan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
PERFO_1	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
PERFO_2	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
PERFO_3	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
PERFO_4	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
SOCIAL_1	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
SOCIAL_2	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
SOCIAL_3	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
SOCIAL_4	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
VALUE_1	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
VALUE_2	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
VALUE_3	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
VALUE_4	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
TRUST_1	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
TRUST_2	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
TRUST_3	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
TRUST_4	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
ATTAC_1	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
ATTAC_2	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
ATTAC_3	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%
ATTAC_4	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

a. Limited to first 100 cases.

Data jawaban responden^a

	Jenis kelamin	Usia	Jenis pekerjaan	Pendapatan	PERFO_1	PERFO_2	PERFO_3	PERFO_4
1	1	2	1	2	1	1	1	1
2	2	1	3	1	1	0	0	0
3	1	2	1	2	1	1	1	1
4	2	3	2	2	1	1	0	1
5	1	4	3	3	1	1	1	0
6	1	5	4	4	0	0	0	0
7	1	1	1	1	1	1	1	1
8	2	2	3	3	1	1	1	1
9	1	2	1	2	1	1	0	1
10	1	1	1	1	0	0	0	0
11	1	1	1	2	1	1	1	1
12	1	3	2	3	1	1	0	0
13	2	5	4	4	1	1	1	0
14	2	1	1	2	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	0	1
16	1	5	5	5	0	0	0	0
17	1	3	4	4	1	1	1	1
18	1	3	4	5	1	1	0	1
19	2	2	1	2	1	1	0	0
20	2	1	1	2	1	1	1	1
21	2	1	1	2	1	1	0	1
22	2	1	1	2	1	1	0	1
23	1	2	1	2	1	1	1	1
24	1	2	1	2	1	1	1	1
25	1	5	5	3	1	1	1	1
26	1	4	4	3	1	1	0	1
27	1	1	1	1	1	0	1	1
28	1	1	1	1	1	0	1	0
29	2	2	1	2	1	1	0	1
30	2	3	3	4	1	1	1	1
31	2	2	1	2	1	1	1	1
32	1	2	1	2	1	1	0	1
33	1	4	3	4	1	1	1	0
34	1	1	1	1	1	1	1	1
35	1	2	1	2	1	1	1	1
36	1	4	3	3	1	1	1	1
37	1	2	1	2	1	1	0	1
38	1	3	2	3	1	1	1	1
39	1	3	2	3	1	1	1	1
40	1	2	1	2	1	1	0	1
41	1	1	1	1	1	1	1	1
42	1	1	1	1	1	0	1	1
43	1	2	1	2	1	1	1	1
44	1	2	3	3	1	1	1	1
45	1	2	3	4	1	1	0	1
46	1	2	1	2	1	1	1	1
47	2	2	1	2	1	1	1	1
48	2	1	1	1	1	1	1	1
49	2	1	1	1	1	1	1	1
50	2	2	1	1	1	1	1	1
51	1	3	2	4	1	1	0	1
52	2	3	2	5	1	1	0	1
53	2	2	1	2	1	1	0	1
54	2	2	3	4	1	1	0	1
55	2	2	1	2	1	1	1	0
56	1	2	1	2	1	1	1	1
57	1	2	1	2	1	1	0	1
58	1	2	1	2	1	1	1	1
59	1	1	1	2	1	1	1	1

Data jawaban responden^a

	Jenis kelamin	Usia	Jenis pekerjaan	Pendapatan	PERFO_1_	PERFO_2_	PERFO_3_	PERFO_4_
60	2	1	1	1	1	1	1	1
61	2	1	1	1	0	0	0	0
62	1	2	1	1	1	1	1	1
63	1	2	1	1	1	1	1	1
64	1	3	3	3	1	1	1	1
65	1	3	4	4	1	1	1	1
66	1	2	1	2	1	1	1	1
67	2	2	1	2	1	1	1	1
68	2	1	1	2	1	1	1	1
69	2	1	1	2	1	1	1	1
70	1	2	1	2	1	1	1	1
71	1	2	2	2	1	1	1	1
72	1	2	2	2	1	1	1	1
73	2	2	1	2	1	0	0	0
74	2	2	1	2	1	1	1	1
75	2	1	1	1	1	1	1	1
76	1	2	1	2	1	1	1	1
77	1	2	1	1	1	1	1	1
78	1	2	2	3	1	1	1	0
79	1	3	3	3	1	1	0	1
80	2	2	1	2	1	1	1	1
81	2	2	1	2	1	1	1	1
82	1	1	1	1	1	1	1	1
83	1	2	1	1	1	1	0	0
84	1	4	2	5	1	1	1	1
85	2	2	2	3	1	1	0	1
86	2	2	1	1	0	0	0	0
87	1	1	1	2	1	1	1	1
88	1	4	4	3	1	1	0	1
89	1	3	4	4	1	1	1	1
90	1	2	1	1	0	0	0	0
91	1	2	1	1	1	1	1	1
92	2	4	3	5	1	1	0	1
93	2	2	2	3	0	0	0	0
94	2	2	1	2	1	1	1	1
95	1	1	1	2	0	0	0	1
96	1	2	1	2	1	1	1	1
97	1	2	1	2	1	0	1	1
98	1	2	1	2	1	1	1	1
99	2	1	1	1	1	1	1	1
100	1	4	2	2	1	1	1	1

Data jawaban responden^a

	TRUST_ 2	TRUST_ 3	TRUST_ 4	ATTAC_ 1	ATTAC_ 2	ATTAC_ 3	ATTAC_ 4
60	0	1	1	1	1	0	1
61	1	1	1	0	1	1	1
62	1	1	1	1	1	1	1
63	1	1	0	1	1	1	1
64	1	1	1	1	1	1	1
65	1	1	1	1	1	1	1
66	1	1	1	0	1	1	1
67	1	1	0	1	1	1	1
68	1	1	0	1	1	1	1
69	0	1	1	0	1	1	1
70	1	1	1	1	0	1	1
71	1	1	0	0	1	1	1
72	1	1	1	0	1	1	1
73	1	1	1	1	0	1	1
74	0	1	1	1	0	1	1
75	1	1	0	0	0	1	1
76	0	1	1	1	1	1	1
77	0	0	0	0	0	0	0
78	1	1	1	1	1	1	1
79	0	1	1	1	1	1	1
80	1	0	0	0	0	0	0
81	1	1	1	1	0	1	1
82	1	1	1	1	1	1	1
83	1	0	1	1	0	1	0
84	1	1	1	0	0	0	0
85	1	0	0	1	1	1	0
86	0	0	0	0	0	0	0
87	0	1	1	1	1	1	1
88	1	1	0	1	1	1	1
89	0	0	0	1	1	1	0
90	0	0	0	0	0	0	0
91	1	0	1	1	1	1	0
92	0	0	0	0	0	0	0
93	1	1	1	1	0	1	1
94	1	0	1	1	1	1	0
95	0	0	0	0	0	1	0
96	0	1	1	1	0	1	1
97	1	0	1	0	0	0	0
98	1	0	1	1	1	1	0
99	1	0	1	1	0	1	0
100	0	0	0	1	0	1	1

a. Limited to first 100 cases.

TABEL R 5%

N	R	N	R	N	R	N	R
1	,951	51	,179	101	,127	151	,104
2	,800	52	,177	102	,127	152	,104
3	,687	53	,175	103	,126	153	,103
4	,608	54	,174	104	,125	154	,103
5	,551	55	,172	105	,125	155	,103
6	,507	56	,171	106	,124	156	,102
7	,472	57	,169	107	,124	157	,102
8	,443	58	,168	108	,123	158	,102
9	,419	59	,166	109	,123	159	,102
10	,398	60	,165	110	,122	160	,101
11	,380	61	,164	111	,121	161	,101
12	,365	62	,162	112	,121	162	,101
13	,351	63	,161	113	,120	163	,100
14	,338	64	,160	114	,120	164	,100
15	,327	65	,159	115	,119	165	,100
16	,317	66	,157	116	,119	166	,099
17	,308	67	,156	117	,118	167	,099
18	,299	68	,155	118	,118	168	,099
19	,291	69	,154	119	,117	169	,098
20	,284	70	,153	120	,117	170	,098
21	,277	71	,152	121	,116	171	,098
22	,271	72	,151	122	,116	172	,098
23	,265	73	,150	123	,115	173	,097
24	,260	74	,149	124	,115	174	,097
25	,255	75	,148	125	,114	175	,097
26	,250	76	,147	126	,114	176	,097
27	,245	77	,146	127	,114	177	,096
28	,241	78	,145	128	,113	178	,096
29	,237	79	,144	129	,113	179	,096
30	,233	80	,143	130	,112	180	,095
31	,229	81	,142	131	,112	181	,095
32	,225	82	,141	132	,111	182	,095
33	,222	83	,140	133	,111	183	,095
34	,219	84	,140	134	,111	184	,094
35	,216	85	,139	135	,110	185	,094
36	,213	86	,138	136	,110	186	,094
37	,210	87	,137	137	,109	187	,094
38	,207	88	,136	138	,109	188	,093
39	,204	89	,136	139	,109	189	,093
40	,202	90	,135	140	,108	190	,093
41	,199	91	,134	141	,108	191	,093
42	,197	92	,133	142	,107	192	,092
43	,195	93	,133	143	,107	193	,092
44	,192	94	,132	144	,107	194	,092
45	,190	95	,131	145	,106	195	,092
46	,188	96	,131	146	,106	196	,091
47	,186	97	,130	147	,106	197	,091
48	,184	98	,129	148	,105	198	,091
49	,182	99	,129	149	,105	199	,091
50	,181	100	,128	150	,105	200	,091

TABEL DISTRIBUSI CHI SQUARE

DF	5%	10%	DF	5%	10%	DF	5%	10%	DF	5%	10%
1	3,84	2,71	51	68,67	64,30	101	125,46	119,59	151	180,68	173,66
2	5,99	4,61	52	69,83	65,42	102	126,57	120,68	152	181,77	174,73
3	7,81	6,25	53	70,99	66,55	103	127,69	121,77	153	182,86	175,80
4	9,49	7,78	54	72,15	67,67	104	128,80	122,86	154	183,96	176,88
5	11,07	9,24	55	73,31	68,80	105	129,92	123,95	155	185,05	177,95
6	12,59	10,64	56	74,47	69,92	106	131,03	125,04	156	186,15	179,02
7	14,07	12,02	57	75,62	71,04	107	132,14	126,12	157	187,24	180,09
8	15,51	13,36	58	76,78	72,16	108	133,26	127,21	158	188,33	181,17
9	16,92	14,68	59	77,93	73,28	109	134,37	128,30	159	189,42	182,24
10	18,31	15,99	60	79,08	74,40	110	135,48	129,39	160	190,52	183,31
11	19,68	17,28	61	80,23	75,51	111	136,59	130,47	161	191,61	184,38
12	21,03	18,55	62	81,38	76,63	112	137,70	131,56	162	192,70	185,45
13	22,36	19,81	63	82,53	77,75	113	138,81	132,64	163	193,79	186,52
14	23,68	21,06	64	83,68	78,86	114	139,92	133,73	164	194,88	187,60
15	25,00	22,31	65	84,82	79,97	115	141,03	134,81	165	195,97	188,67
16	26,30	23,54	66	85,96	81,09	116	142,14	135,90	166	197,06	189,74
17	27,59	24,77	67	87,11	82,20	117	143,25	136,98	167	198,15	190,81
18	28,87	25,99	68	88,25	83,31	118	144,35	138,07	168	199,24	191,88
19	30,14	27,20	69	89,39	84,42	119	145,46	139,15	169	200,33	192,95
20	31,41	28,41	70	90,53	85,53	120	146,57	140,23	170	201,42	194,02
21	32,67	29,62	71	91,67	86,64	121	147,67	141,32	171	202,51	195,09
22	33,92	30,81	72	92,81	87,74	122	148,78	142,40	172	203,60	196,16
23	35,17	32,01	73	93,95	88,85	123	149,88	143,48	173	204,69	197,23
24	36,42	33,20	74	95,08	89,96	124	150,99	144,56	174	205,78	198,29
25	37,65	34,38	75	96,22	91,06	125	152,09	145,64	175	206,87	199,36
26	38,89	35,56	76	97,35	92,17	126	153,20	146,72	176	207,95	200,43
27	40,11	36,74	77	98,48	93,27	127	154,30	147,80	177	209,04	201,50
28	41,34	37,92	78	99,62	94,37	128	155,40	148,89	178	210,13	202,57
29	42,56	39,09	79	100,75	95,48	129	156,51	149,97	179	211,22	203,64
30	43,77	40,26	80	101,88	96,58	130	157,61	151,05	180	212,30	204,70
31	44,99	41,42	81	103,01	97,68	131	158,71	152,12	181	213,39	205,77
32	46,19	42,58	82	104,14	98,78	132	159,81	153,20	182	214,48	206,84
33	47,40	43,75	83	105,27	99,88	133	160,91	154,28	183	215,56	207,91
34	48,60	44,90	84	106,39	100,98	134	162,02	155,36	184	216,65	208,97
35	49,80	46,06	85	107,52	102,08	135	163,12	156,44	185	217,73	210,04
36	51,00	47,21	86	108,65	103,18	136	164,22	157,52	186	218,82	211,11
37	52,19	48,36	87	109,77	104,28	137	165,32	158,60	187	219,91	212,17
38	53,38	49,51	88	110,90	105,37	138	166,42	159,67	188	220,99	213,24
39	54,57	50,66	89	112,02	106,47	139	167,51	160,75	189	222,08	214,31
40	55,76	51,81	90	113,15	107,57	140	168,61	161,83	190	223,16	215,37
41	56,94	52,95	91	114,27	108,66	141	169,71	162,90	191	224,24	216,44
42	58,12	54,09	92	115,39	109,76	142	170,81	163,98	192	225,33	217,50
43	59,30	55,23	93	116,51	110,85	143	171,91	165,06	193	226,41	218,57
44	60,48	56,37	94	117,63	111,94	144	173,00	166,13	194	227,50	219,63
45	61,66	57,51	95	118,75	113,04	145	174,10	167,21	195	228,58	220,70
46	62,83	58,64	96	119,87	114,13	146	175,20	168,28	196	229,66	221,76
47	64,00	59,77	97	120,99	115,22	147	176,29	169,36	197	230,75	222,83
48	65,17	60,91	98	122,11	116,32	148	177,39	170,43	198	231,83	223,89
49	66,34	62,04	99	123,23	117,41	149	178,49	171,51	199	232,91	224,96
50	67,50	63,17	100	124,34	118,50	150	179,58	172,58	200	233,99	226,02