

BAB IV

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

IV.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

IV.1.1. Kesimpulan persentase karakteristik demografi responden

Karakteristik demografi responden sebagian besar adalah sebagai berikut:

Tabel IV.1.

Persentase karakteristik demografi responden

Karakteristik	Hasil	Prosentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	57%
Usia	16-25 tahun	67%
Tingkat Pendidikan	D1-S1	61%
Tingkat Pendapatan	Rp 500.001- Rp 1.000.000	49%
Pergantian merek dalam 1 thn	Belum tentu 1 kali dalam satu tahun	43%
Merek ponsel lama yang pernah digunakan	Nokia	42%
Merek ponsel yang digunakan saat ini	Nokia	50%

1. Berdasarkan penelitian diketahui bahwa mayoritas responden yang melakukan pergantian merek berjenis kelamin laki-laki, namun

walaupun demikian sebenarnya jumlah responden perempuan juga cukup berimbang karena perbedaannya hanya 14%, sehingga dapat dikatakan secara keseluruhan tidak ada perbedaan yang mencolok responden dari jenis kelamin mana yang lebih dominan dalam melakukan perpindahan merek produk ponsel.

2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang melakukan perpindahan merek pada produk ponsel adalah responden yang berusia 16-25 tahun dengan pendidikan terakhir D1 sampai dengan S1, dan tingkat pendapatan berkisar Rp 500.001,00 sampai dengan Rp 1.000.000,00. Hasil ini memang didukung dengan fakta bahwa Yogyakarta memiliki predikat sebagai kota pelajar dimana sebagian besar masyarakatnya terdiri dari kaum muda.
3. Dari hasil jawaban responden, juga ditemukan bahwa sebagian besar konsumen ponsel di Kota Yogyakarta belum tentu melakukan satu kali pergantian merek produk ponsel dalam kurun waktu satu tahun, yang bila dikaitkan dengan karakteristik respondennya, dikarenakan sebagian besar terdiri dari pelajar dan mahasiswa dengan tingkat pendapatan yang relatif kecil, yaitu berkisar Rp 500.001,00 sampai dengan Rp 1.000.000,00.

IV.1.2. Kesimpulan pengaruh ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi terhadap keputusan berpindah merek (*Brand Switching*)

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji apakah ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi secara keseluruhan dan serentak berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap keputusan perpindahan merek produk ponsel, hasilnya menunjukkan bahwa secara keseluruhan dan serentak ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perpindahan merek produk ponsel. Besar pengaruh yang ditimbulkan variabel ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi secara keseluruhan dan serentak adalah sebesar 0.817 atau sebesar 81.7%.

Dengan demikian hipotesis kerja atau hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perpindahan merek produk ponsel dinyatakan terbukti.

2. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji apakah ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi secara individual berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap keputusan

perpindahan merek produk ponsel, hasilnya menunjukkan bahwa secara individual ketidakpuasan konsumen, karakteristik kategori produk dan kebutuhan mencari variasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perpindahan merek produk ponsel. Dari ketiga variabel independen yang mempengaruhi keputusan perpindahan merek pada produk ponsel, diperoleh bahwa variabel ketidakpuasan konsumen memiliki pengaruh yang paling besar dibandingkan pengaruh variabel karakteristik kategori produk ataupun variabel kebutuhan mencari variasi.

IV.1.3. Kesimpulan konsumen merek ponsel yang memiliki tingkat *brand switching* yang paling besar

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa konsumen yang memiliki tingkat brand switching yang paling besar berasal dari konsumen ponsel merek Nokia. Namun walaupun demikian berdasarkan hasil analisis diketahui pula bahwa ponsel merek Nokia merupakan ponsel yang paling diminati oleh konsumen dalam melakukan perpindahan merek. Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya konsumen ponsel masih belum memiliki pegangan atau parameter tertentu dalam memilih merek ponsel yang paling cocok bagi dirinya sendiri, mereka cenderung masih mencari-cari dan berganti merek.

IV.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan diatas maka penulis dapat memberikan saran dan masukan sebagai implikasi manajerial antara lain sebagai berikut:

1. Variabel yang paling mempengaruhi konsumen untuk melakukan perpindahan merek pada produk ponsel adalah variabel ketidakpuasan konsumen. Variabel ini memiliki pengaruh yang paling besar dibandingkan dengan pengaruh variabel lainnya (variabel karakteristik kategori produk dan variabel kebutuhan mencari variasi). Hal ini menunjukkan bahwa apabila seorang konsumen produk ponsel merasa tidak puas terhadap merek produk ponsel yang saat ini digunakannya, dan kemudian konsumen tersebut melihat bahwa merek produk ponsel lain dapat memberikan kepuasan yang dia inginkan, maka konsumen ini akan rentan dalam melakukan perpindahan merek produk ponsel. Karena variabel ketidakpuasan konsumen menjadi variabel yang memiliki pengaruh yang paling besar dibandingkan dengan pengaruh variabel yang lain dalam mendorong konsumen untuk melakukan perpindahan merek produk ponsel, maka pihak manajemen perusahaan harus lebih fokus dan memberi perhatian yang lebih terhadap variabel ini. Manajemen perusahaan harus dapat menghasilkan suatu merek produk ponsel yang memiliki kualitas unggulan yang tidak dimiliki oleh merek ponsel yang lainnya, sehingga dengan demikian citra merek dari suatu merek ponsel tertentu akan dapat terjaga dan akhirnya dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan dapat mengurangi, bahkan

menghilangkan motivasi konsumen untuk melakukan pergantian merek produk ponsel.

2. Karakteristik kategori produk berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek pada produk ponsel. Dalam menentukan karakteristik kategori suatu produk, manajemen suatu perusahaan harus memperhatikan atribut-atribut yang dimiliki merek produknya. Atribut-atribut tersebut dapat berupa, penawaran harga yang murah dengan keunggulan tertentu (misalnya Sony Ericsson J200i, suatu seri ponsel *mid-end* yang sudah dilengkapi dengan fitur poliponik dengan harga penawaran yang relatif rendah); memproduksi ponsel bagi segmen pasar tertentu (misalnya Nokia Gage QD, yang didalamnya terdapat keunggulan dalam fitur game dan MP3, dimana segmen pasarnya adalah kaum muda) serta atribut-atribut lain yang juga harus diikuti oleh perusahaan-perusahaan lain sebagai penghasil produk ponsel. Ini dikarenakan bahwa ketika seorang konsumen ingin menentukan merek produk ponsel mana yang akan digunakannya, seorang konsumen akan mengukur seberapa bagus atribut-atribut yang ditawarkan dari masing-masing merek ponsel. Jika suatu merek ponsel tertentu mempunyai atribut yang diinginkan konsumen, maka konsumen akan memilih merek ponsel tersebut untuk dimiliki. Oleh karena itu manajemen perusahaan harus dapat menghasilkan suatu produk yang representatif, yang dapat memenuhi keinginan konsumen, yang akhirnya dapat mereduksi keinginan konsumen untuk melakukan pergantian merek .

3. Kebutuhan mencari variasi berpengaruh terhadap keputusan perpindahan merek pada produk ponsel. Pencarian variasi terhadap produk ponsel cenderung dilakukan oleh konsumen yang kerap melakukan pembelian ulang. Semakin sering keputusan pembelian ulang suatu kategori produk dilakukan, semakin tinggi tingkat kejenuhan dalam pilihan pembelian dan menyebabkan perilaku mencari variasi yang semakin tinggi. Oleh karena itu tugas manajemen perusahaan untuk dapat menghasilkan suatu produk ponsel yang dapat bersaing dengan merek-merek produk ponsel yang lain. Pihak manajemen perusahaan harus senantiasa mengembangkan produknya, terus melakukan inovasi dan terus berusaha mengimbangi produk perusahaan pesaing, agar nantinya apabila konsumen terdorong untuk melakukan pembelian ulang produk ponsel (mencari variasi), konsumen hanya akan mengganti seri ponselnya saja, namun tetap menggunakan merek produk ponsel yang sama.
4. Variabel lain diluar ketiga variabel yang diukur dalam penelitian ini mempengaruhi keputusan perpindahan merek produk ponsel sebesar 18.3%. Variabel-variabel lain tersebut walaupun tingkat pengaruhnya tidak terlalu besar, namun tetap memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen untuk melakukan perpindahan merek. Variabel-variabel tersebut antara lain : himpunan pertimbangan (*consideration set*), pencarian pengecer (Sambandam dan Lord, 1995), periklanan (Deighton, Hendersen, dan Neslin, 1994; Grover dan Srinivasan, 1992), promosi harga (Kahn dan Louie, 1990), dan strategi

pilihan pelanggan dalam melakukan berbagai pembelian (Simonson, 1990). Oleh karena itu manajemen perusahaan juga harus memperhatikan variabel-variabel tersebut, karena walaupun pengaruh yang diberikan tidak terlalu besar, namun dimungkinkan tetap ada beberapa konsumen yang turut memperhatikan variabel-variabel tersebut dalam memutuskan penggunaan merek ponsel tertentu.

5. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa konsumen yang paling banyak melakukan pergantian merek adalah konsumen ponsel merek Nokia, namun ponsel merek Nokia sekaligus juga menjadi merek favorit yang dijadikan merek pilihan bagi konsumen setelah melakukan pergantian merek. Hasil ini bisa menjadi masukan bagi manajemen perusahaan ponsel merek Nokia untuk lebih memperhatikan kualitas produk ponselnya. Apa yang selama ini sudah dianggap mewakili keinginan konsumen sebaiknya dipertahankan, seperti bentuk/tampilan ponsel yang menarik dibandingkan bentuk/tampilan ponsel merek yang lainnya, kelengkapan fitur-fitur canggih seperti kamera *built-in* dengan muatan *pixel* yang besar atau dapat juga dengan pemberian bonus-bonus tertentu untuk pembelian ponsel Nokia. Namun perlu diperhatikan pula faktor-faktor lain yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan pergantian merek seperti tingkat purna-jual produk ponsel Nokia yang cenderung jauh berbeda dengan harga pembelian awal.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Syaifudin (1997), *Reliabilitas dan Validitas*, Edisi Ke-3, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Cooper, Donald R dan C. William Emory (1995), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Kelima, Jilid 1 dan 2, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Dajan, Anto (1991), *Pengantar Metode Statistik, Jilid II*, Jakarta, Penerbit LP3ES.
- Digicom, Edisi Agustus 2003-November 2004.
- Engel, F.J., Blackwell, R.D., Miniard, P.W., (1993), *Perilaku Konsumen*, Binarupa Aksara.
- Kartajaya, Hermawan (1996), *Marketing Plus 2000. Siasat Memenangkan Persaingan Global*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (1997) *Dasar-Dasar Pemasaran*, edisi Ketujuh, Jilid 1, Jakarta : Penerbit Prenhallindo.
- Kotler, P., dan Susanto, AB., (1994) *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*, Buku 2, Jakarta : Salemba Empat.
- Lin, Chincho, Yih Wu, Wann., Feng Wang, Zhi. (2000), *A Study of Market Structure : Brand Loyalty and Brand Switching Behaviours for Durable Household Appliances*, Journal of Market Research, Vol. 42.
- Nawawi, H., Hadarim, M., (1995) *Instrumen Penelitian Bidang Sosial*, Gadjah Mada University Press.
- Nazir, M., (1988), *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

Schiffman, L.G. and Leslie Lazar Kanuk (1994) *Consumer Behavior*, 7th ed., Prentice Hall International, Inc., New York.

Seluler, Edisi Juni 2003.

Setia Atmaja, Lukas (1997), *Statistik Bisnis, Buku 2*, Yogyakarta, Penerbit Andi Offset.

Shellyana Junaedi, M.F., (2003) *Hubungan Antara Kepuasan Konsumen dan Kualitas Jasa : Studi Perilaku Konsumen Terhadap Loyalitas Merek*, Modus Vol. 15(2) : 105-118.

Shellyana J, dan Dharmmesta, Basu Swastha (2002), *Pengaruh Ketidakpuasan, Karakteristik Kategori Produk dan Kebutuhan Mencari Variasi*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol 17, No 1, 2002, h 91-104.

Sugiyono (2000), *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kedua, Bandung : Penerbit CV. Alfabeta.

SWA sembada, Edisi Juni 1994.

SWA sembada, Edisi Desember 2000.

Tjiptono, F., (2002) *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi*, Gramedia, Jakarta.

Van Trijp, Hans C.M., Wayne D. Hoyer, and J. Jeffrey Inman (1996) *Why Switch? Product Category-Level Explanation For True Variety-Seeking Behavior*, Journal of Marketing Research, August, pp. 281-292.

Wilkie, William L., (1990) *Consumer Behavior*, 2nd edition, John Wiley and Sons, Inc.

[http:// www.kompas.com](http://www.kompas.com) → Mei 2003

[http:// www.rosгани.indoadmin.com](http://www.rosгани.indoadmin.com) → Maret 2003

serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN 1

KUESIONER

KUESIONER PENELITIAN

No :.....

Kpd.

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari

Di Yogyakarta

Dengan hormat,

Bersama surat ini saya atas nama Benediktus Kurniadi sebagai mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jurusan Manajemen yang sedang menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Berpindah Merek (Brand Switching) Pada Produk Ponsel di Kodya Yogyakarta”, memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk meluangkan waktu guna menjawab pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang telah saya sediakan.

Adapun jawaban-jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari berikan akan digunakan semata-mata untuk tujuan ilmiah, yakni akan saya gunakan sebagai data penelitian dalam penyusunan skripsi guna memperoleh gelar sarjana strata satu pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Besar harapan saya akan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner ini. Sebelum dan sesudahnya saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas perhatian dan kerjasama yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari berikan.

Hormat saya

(Benediktus Kurniadi)

I. Petunjuk Pengisian :

Berilah tanda cek (√) pada jawaban yang anda pilih

Profil Responden

1. Jenis Kelamin :
 Laki-laki Perempuan
2. Usia :
 16-25 tahun 46-55 tahun
 26-35 tahun >55 tahun
 36-45 tahun
3. Tingkat pendidikan terakhir :
 SLTP-SLTA
 D1-S1
 S2-S3
4. Tingkat pendapatan atau uang saku perbulan :
 <Rp 500.000,00
 Rp 500.001,00 - Rp 1.000.000,00
 Rp 1.000.001,00 - Rp 1.500.000,00
 Rp 1.500.001,00 - Rp 2.000.000,00
 >Rp 2.000.000,00
5. Pernahkah anda melakukan pergantian merek terhadap produk ponsel :
 Pernah Tidak Pernah
6. Berapa kali anda melakukan pergantian merek terhadap produk ponsel dalam kurun waktu satu tahun :
 Belum tentu setahun sekali
 Satu kali
 Dua kali
 Tiga kali
 Lebih dari tiga kali

7. Merek ponsel lama yang pernah digunakan (sebelum melakukan pergantian merek) :

- Nokia
- Siemen's
- Ericsson (Sony Ericsson)
- Motorola
- Samsung
- merek lainnya (Sagem, Panasonic, Sanex, Philips, dll)

8. Merek ponsel yang digunakan pada saat ini (setelah melakukan pergantian merek) :

- Nokia
- Siemen's
- Ericsson (Sony Ericsson)
- Motorola
- Samsung
- merek lainnya (Sagem, Panasonic, Sanex, Philips, dll)

II. Petunjuk Pengisian :

- Merek X adalah produk ponsel yang pernah anda gunakan (ponsel lama) .
- Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang disediakan untuk masing-masing pertanyaan, sesuai dengan pendapat dan keyakinan saudara.
- Pilihlah alternatif jawaban yang telah tersedia berikut ini :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

A. Ketidakpuasan Konsumen

1. Saya tidak yakin melakukan hal yang benar dengan membeli produk ponsel merek X :

() SS () S () N () TS () STS

2. Saya tidak senang dengan keputusan saya membeli produk ponsel merek X :

() SS () S () N () TS () STS

3. Saya tidak puas menggunakan produk ponsel merek X :

() SS () S () N () TS () STS

B. Karakteristik Kategori Produk

4. Dibandingkan dengan produk lainnya, produk ponsel merek X ini penting bagi saya :

() SS () S () N () TS () STS

5. Saya peduli dengan produk ponsel merek X ini :

() SS () S () N () TS () STS

6. Ketika saya membeli suatu merek produk ponsel, saya akan memilihnya dengan sangat hati-hati :

() SS () S () N () TS () STS

7. Perbedaan antara merek ponsel yang satu dengan yang lain sangat besar :

() SS () S () N () TS () STS

8. Perbedaan antara merek ponsel yang satu dengan yang lain sulit untuk ditentukan :

() SS () S () N () TS () STS

9. Merek yang terbaik untuk produk ponsel sulit untuk ditentukan :

() SS () S () N () TS () STS

10. Saya membeli produk ponsel merek X ini karena produk ini membuat saya merasa nikmat/nyaman :

() SS () S () N () TS () STS

11. Saya membeli produk ponsel merek X ini untuk suatu kesenangan :

() SS () S () N () TS () STS

12. Preferensi merek favorit saya untuk produk ponsel dibandingkan merek lain lebih kuat :

() SS () S () N () TS () STS

C. Kebutuhan Mencari Variasi

13. Saya cenderung membeli merek yang biasa saya beli untuk produk ponsel daripada mencoba suatu merek yang saya tidak yakin :

() SS () S () N () TS () STS

14. Ketika saya pergi ke toko/counter ponsel, saya akan membeli produk ponsel yang familiar bagi saya :

() SS () S () N () TS () STS

15. Jika saya menyukai suatu merek untuk produk ponsel, saya jarang melakukan perpindahan merek untuk mencoba sesuatu yang berbeda :

() SS () S () N () TS () STS

16. Saya sangat berhati-hati dalam mencoba produk ponsel yang baru atau berbeda dari biasanya :

() SS () S () N () TS () STS

III. Petunjuk Pengisian :

- Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang disediakan untuk masing-masing pertanyaan, sesuai dengan pendapat dan keyakinan saudara.

Alasan Perpindahan Merek Produk Ponsel

1. Saya sangat ingin mencoba merek baru :

() SS () S () N () TS () STS

2. Saya sangat ingin mencoba sesuatu yang lain untuk suatu perubahan :

() SS () S () N () TS () STS

3. Saya membeli di outlet yang lain dari tempat biasanya :

() SS () S () N () TS () STS

4. Merek yang biasa saya beli tidak tersedia :

() SS () S () N () TS () STS

5. Saya membeli merek ini untuk orang lain :

() SS () S () N () TS () STS

6. Tidak suka dengan merek yang pernah saya gunakan :

() SS () S () N () TS () STS

7. Merek baru mempunyai tampilan/bentuk yang berbeda :

() SS () S () N () TS () STS

8. Merek ponsel yang pernah saya gunakan sebelumnya terlalu mahal :

() SS () S () N () TS () STS

9. Merek ponsel yang saat ini saya gunakan lebih murah :

() SS () S () N () TS () STS

10. Merek baru memberikan diskon penjualan :

() SS () S () N () TS () STS

11. Saya menghindari merek yang biasa saya beli :

() SS () S () N () TS () STS



serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN 2

VALIDITAS DAN RELIABILITAS

** Halaman 1

Paket : Seri Program Statistik (SPS-2000)
Modul : Analisis Butir (Items Analysis)
Program : Analisis Kesahihan Butir (Validity)
Edisi : Sutrisno Hadi dan Yuni Pamardiningsih
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia
Versi IBM/IN, Hak Cipta (c) 2002 Dilindungi UU

Nama Pemilik : Benediktus Kurniadi
Nama Lembaga : FE UAJY
A l a m a t : Yogyakarta

Nama Lembaga : Vine Solution
Tgl. Analisis : 04-05-2005
Nama Berkas : Kurniadi

Nama Konstrak : Validitas Reliabilitas
Nama Faktor 1 : Ketidakpuasan Konsumen

Jumlah Butir Semula : 3
Jumlah Butir Gugur : 0
Jumlah Butir Sahih : 3

Jumlah Kasus Semula : 30
Jumlah Data Hilang : 0
Jumlah Kasus Jalan : 30

** RANGKUMAN ANALISIS KESAHIHAN BUTIR

Butir No.	r xy	r bt	p	Status
1	0.865	0.701	0.000	sahih
2	0.896	0.762	0.000	sahih
3	0.920	0.813	0.000	sahih

** Halaman 2

Nama Konstrak : Validitas Reliabilitas
Nama Faktor 2 : Karakteristik Kategori Produk

Jumlah Butir Semula : 9
Jumlah Butir Gugur : 0
Jumlah Butir Sahih : 9

Jumlah Kasus Semula : 30
Jumlah Data Hilang : 0
Jumlah Kasus Jalan : 30

** RANGKUMAN ANALISIS KESAHIHAN BUTIR

Butir No.	r xy	r bt	p	Status
4	0.764	0.651	0.000	sahih
5	0.744	0.630	0.000	sahih
6	0.540	0.447	0.006	sahih
7	0.542	0.392	0.015	sahih
8	0.612	0.452	0.006	sahih
9	0.587	0.423	0.009	sahih
10	0.607	0.507	0.002	sahih
11	0.561	0.376	0.019	sahih
12	0.500	0.398	0.014	sahih

Nama Konstrak : Validitas Reliabilitas
Nama Faktor 3 : Kebutuhan Mencari Variasi

Jumlah Butir Semula : 4
Jumlah Butir Gugur : 0
Jumlah Butir Sahih : 4

Jumlah Kasus Semula : 30
Jumlah Data Hilang : 0
Jumlah Kasus Jalan : 30

** RANGKUMAN ANALISIS KESAHIHAN BUTIR

Butir No.	r xy	r bt	p	Status
13	0.627	0.456	0.006	sahih
14	0.672	0.393	0.015	sahih
15	0.861	0.660	0.000	sahih
16	0.768	0.557	0.001	sahih

** Halaman 3

Nama Konstrak : Validitas Reliabilitas
Nama Faktor 4 : Keputusan Perpindahan Merek

Jumlah Butir Semula : 11
Jumlah Butir Gugur : 0
Jumlah Butir Sahih : 11

Jumlah Kasus Semula : 30
Jumlah Data Hilang : 0
Jumlah Kasus Jalan : 30

** RANGKUMAN ANALISIS KESAHIHAN BUTIR

Butir No.	r xy	r bt	p	Status
17	0.795	0.732	0.000	sahih
18	0.678	0.595	0.000	sahih
19	0.495	0.411	0.011	sahih
20	0.482	0.353	0.027	sahih
21	0.599	0.469	0.004	sahih
22	0.742	0.652	0.000	sahih
23	0.699	0.597	0.000	sahih
24	0.632	0.555	0.001	sahih
25	0.600	0.477	0.004	sahih
26	0.421	0.332	0.035	sahih
27	0.741	0.659	0.000	sahih

** Halaman 4

Nama Konstrak : Validitas Reliabilitas

Jumlah Butir Semula : 27
Jumlah Butir Gugur : 0
Jumlah Butir Sahih : 27

Jumlah Kasus Semula : 30
Jumlah Data Hilang : 0
Jumlah Kasus Jalan : 30

** RANGKUMAN ANALISIS KESAHIHAN BUTIR

=====

Butir No.	r xy	r bt	p	Status
1	0.573	0.531	0.001	sahih
2	0.734	0.705	0.000	sahih
3	0.737	0.709	0.000	sahih
4	0.803	0.775	0.000	sahih
5	0.749	0.717	0.000	sahih
6	0.512	0.482	0.004	sahih
7	0.541	0.495	0.003	sahih
8	0.574	0.523	0.002	sahih
9	0.569	0.518	0.002	sahih
10	0.589	0.556	0.001	sahih
11	0.559	0.504	0.002	sahih
12	0.515	0.484	0.003	sahih
13	0.515	0.484	0.003	sahih
14	0.568	0.521	0.002	sahih
15	0.666	0.621	0.000	sahih
16	0.541	0.495	0.003	sahih
17	0.806	0.784	0.000	sahih
18	0.731	0.704	0.000	sahih
19	0.497	0.464	0.005	sahih
20	0.541	0.495	0.003	sahih
21	0.574	0.523	0.002	sahih
22	0.625	0.581	0.001	sahih
23	0.589	0.542	0.001	sahih
24	0.589	0.556	0.001	sahih
25	0.604	0.558	0.001	sahih

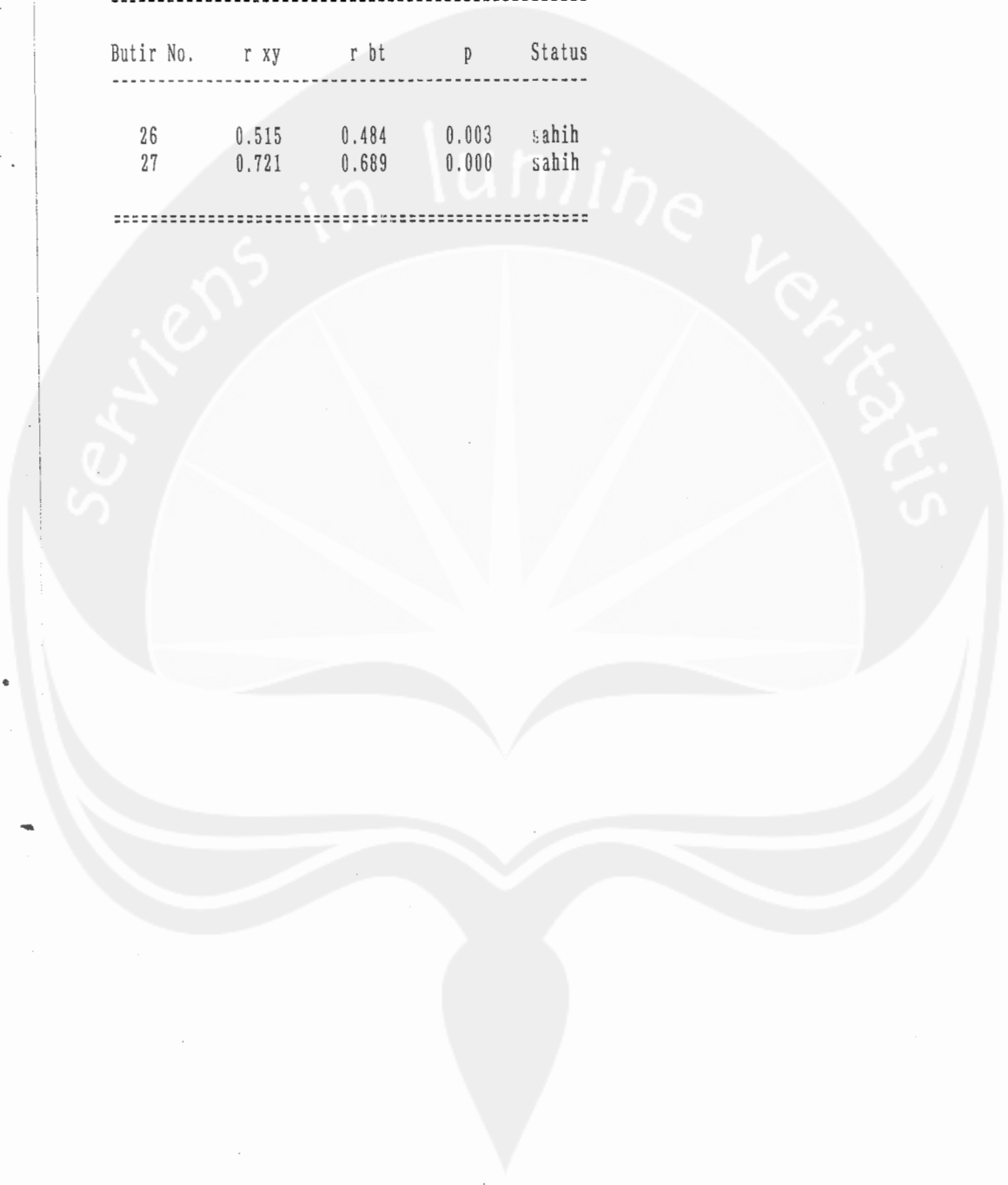
=====

(bersambung)

** Halaman 5

(sambungan)

Butir No.	r xy	r bt	p	Status
26	0.515	0.484	0.003	sahih
27	0.721	0.689	0.000	sahih



** Halaman 1

Paket : Seri Program Statistik (SPS-2000)
Modul : Analisis Butir (Items Analysis)
Program : Uji-Keandalan Teknik Alpha Cronbach
Edisi : Sutrisno Hadi dan Yuni Pamardiningsih
Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, Indonesia
Versi IBM/IN; Hak Cipta (c) 2002 Dilindungi UU

Nama Pemilik : Benediktus Kurniadi
Nama Lembaga : FE UAJY
A l a m a t : Yogyakarta

=====
Nama Lembaga : Vine Solution
Tgl. Analisis : 04-05-2005
Nama Berkas : Kurniadi

Nama Konstrak : Validitas Reliabilitas
Nama Faktor 1 : Ketidakpuasan Konsumen

** TABEL RANGKUMAN ANALISIS

=====
Jumlah Butir Sahih : MS = 3
Jumlah Kasus Semula : N = 30
Jumlah Data Hilang : NG = 0
Jumlah Kasus Jalan : NJ = 30

Sigma X : ΣX = 317
Sigma X Kuadrat : ΣX^2 = 3475
Variansi X : σ^2x = 2
Variansi Y : σ^2y = 4

Koef. Alpha : rtt = 0.874
Peluang Galat α : p = 0.000
Status : Andal

=====

** Halaman 2

Nama Konstrak : Validitas Reliabilitas
Nama Faktor 2 : Karakteristik Kategori Produk

** TABEL RANGKUMAN ANALISIS

=====

Jumlah Butir Sahih	: MS =	9
Jumlah Kasus Semula	: N =	30
Jumlah Data Hilang	: NG =	0
Jumlah Kasus Jalan	: NJ =	30
Sigma X	: $\Sigma X =$	978
Sigma X Kuadrat	: $\Sigma X^2 =$	32460
Variansi X	: $\sigma^2x =$	6
Variansi Y	: $\sigma^2y =$	19
Koef. Alpha	: rtt =	0.780
Peluang Galat α	: p =	0.000
Status	:	Andal

=====

Nama Konstrak : Validitas Reliabilitas
Nama Faktor 3 : Kebutuhan Mencari Variasi

** TABEL RANGKUMAN ANALISIS

=====

Jumlah Butir Sahih	: MS =	4
Jumlah Kasus Semula	: N =	30
Jumlah Data Hilang	: NG =	0
Jumlah Kasus Jalan	: NJ =	30
Sigma X	: $\Sigma X =$	436
Sigma X Kuadrat	: $\Sigma X^2 =$	6506
Variansi X	: $\sigma^2x =$	3
Variansi Y	: $\sigma^2y =$	6
Koef. Alpha	: rtt =	0.712
Peluang Galat α	: p =	0.000
Status	:	Andal

=====

** Halaman 3

Nama Konstrak : Validitas Reliabilitas
Nama Faktor 4 : Keputusan Perpindahan Merek

** TABEL RANGKUMAN ANALISIS

=====

Jumlah Butir Sahih	: MS =	11
Jumlah Kasus Semula	: N =	30
Jumlah Data Hilang	: NG =	0
Jumlah Kasus Jalan	: NJ =	30
Sigma X	: $\Sigma X =$	1192
Sigma X Kuadrat	: $\Sigma X^2 =$	48212
Variansi X	: $\sigma^2x =$	7
Variansi Y	: $\sigma^2y =$	28
Koef. Alpha	: rtt =	0.845
Peluang Galat α	: p =	0.000
Status	:	Andal

=====

Nama Konstrak : Validitas Reliabilitas

** TABEL RANGKUMAN ANALISIS

=====

Jumlah Butir Sahih	: MS =	27
Jumlah Kasus Semula	: N =	30
Jumlah Data Hilang	: NG =	0
Jumlah Kasus Jalan	: NJ =	30
Sigma X	: $\Sigma X =$	2923
Sigma X Kuadrat	: $\Sigma X^2 =$	289847
Variansi X	: $\sigma^2x =$	17
Variansi Y	: $\sigma^2y =$	168
Koef. Alpha	: rtt =	0.935
Peluang Galat α	: p =	0.000
Status	:	Andal

=====



serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN 3

HASIL JAWABAN KUESIONER

Frequency Table

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	57	57.0	57.0	57.0
	Perempuan	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16 - 25 tahun	67	67.0	67.0	67.0
	26 - 35 tahun	22	22.0	22.0	89.0
	36 - 45 tahun	7	7.0	7.0	96.0
	46 - 55 tahun	1	1.0	1.0	97.0
	> 55 tahun	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tingkat pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTP - SLTA	34	34.0	34.0	34.0
	D1 - S1	61	61.0	61.0	95.0
	S2 - S3	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tingkat pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 500.000	36	36.0	36.0	36.0
	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	49	49.0	49.0	85.0
	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	6	6.0	6.0	91.0
	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	6	6.0	6.0	97.0
	> Rp. 2.000.000	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pernahkah anda melakukan pergantian merek terhadap produk ponsel

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pernah	100	100.0	100.0	100.0

Berapa kali anda melakukan pergantian ponsel dalam kurun waktu satu tahun

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Belum tentu setahun sekali	43	43.0	43.0	43.0
Satu kali	32	32.0	32.0	75.0
Dua kali	6	6.0	6.0	81.0
Tiga kali	8	8.0	8.0	89.0
Lebih dari 3 kali	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Merek ponsel lama yang pernah digunakan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nokia	42	42.0	42.0	42.0
Siemen's	26	26.0	26.0	68.0
Ericsson (Sony Ericsson)	15	15.0	15.0	83.0
Motorola	4	4.0	4.0	87.0
Samsung	8	8.0	8.0	95.0
Merek lainnya	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Merek ponsel yang digunakan pada saat ini

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Nokia	50	50.0	50.0	50.0
Siemen's	7	7.0	7.0	57.0
Ericsson (Sony Ericsson)	33	33.0	33.0	90.0
Motorola	5	5.0	5.0	95.0
Samsung	3	3.0	3.0	98.0
Merek lainnya	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table

VAR_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
	Tidak Setuju	42	42.0	42.0	50.0
	Netral	21	21.0	21.0	71.0
	Setuju	23	23.0	23.0	94.0
	Sangat Setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Tidak Setuju	58	58.0	58.0	64.0
	Netral	20	20.0	20.0	84.0
	Setuju	9	9.0	9.0	93.0
	Sangat Setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Tidak Setuju	45	45.0	45.0	50.0
	Netral	22	22.0	22.0	72.0
	Setuju	22	22.0	22.0	94.0
	Sangat Setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	16	16.0	16.0	20.0
	Netral	34	34.0	34.0	54.0
	Setuju	35	35.0	35.0	89.0
	Sangat Setuju	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	14.0
	Netral	28	28.0	28.0	42.0
	Setuju	50	50.0	50.0	92.0
	Sangat Setuju	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	2	2.0	2.0	2.0
	Setuju	49	49.0	49.0	51.0
	Sangat Setuju	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Netral	25	25.0	25.0	28.0
	Setuju	50	50.0	50.0	78.0
	Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	54	54.0	54.0	58.0
	Netral	20	20.0	20.0	78.0
	Setuju	18	18.0	18.0	96.0
	Sangat Setuju	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	21	21.0	21.0	24.0
	Netral	21	21.0	21.0	45.0
	Setuju	46	46.0	46.0	91.0
	Sangat Setuju	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Netral	21	21.0	21.0	28.0
	Setuju	61	61.0	61.0	89.0
	Sangat Setuju	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	26	26.0	26.0	30.0
	Netral	21	21.0	21.0	51.0
	Setuju	41	41.0	41.0	92.0
	Sangat Setuju	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	7.0
	Netral	27	27.0	27.0	34.0
	Setuju	56	56.0	56.0	90.0
	Sangat Setuju	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	20	20.0	20.0	20.0
	Netral	4	4.0	4.0	24.0
	Setuju	55	55.0	55.0	79.0
	Sangat Setuju	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Netral	11	11.0	11.0	17.0
	Setuju	56	56.0	56.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	27	27.0	27.0	27.0
	Netral	25	25.0	25.0	52.0
	Setuju	30	30.0	30.0	82.0
	Sangat Setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

VAR_16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Netral	9	9.0	9.0	14.0
	Setuju	60	60.0	60.0	74.0
	Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table

Y_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	36	36.0	36.0	38.0
	Netral	34	34.0	34.0	72.0
	Setuju	22	22.0	22.0	94.0
	Sangat Setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Netral	17	17.0	17.0	22.0
	Setuju	58	58.0	58.0	80.0
	Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	18	18.0	18.0	18.0
	Setuju	46	46.0	46.0	64.0
	Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	50	50.0	50.0	52.0
	Netral	31	31.0	31.0	83.0
	Setuju	11	11.0	11.0	94.0
	Sangat Setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	38	38.0	38.0	40.0
	Netral	31	31.0	31.0	71.0
	Setuju	24	24.0	24.0	95.0
	Sangat Setuju	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	15	15.0	15.0	18.0
	Netral	45	45.0	45.0	63.0
	Setuju	31	31.0	31.0	94.0
	Sangat Setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	10.0
	Netral	42	42.0	42.0	52.0
	Setuju	44	44.0	44.0	96.0
	Sangat Setuju	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	36	36.0	36.0	39.0
	Netral	33	33.0	33.0	72.0
	Setuju	23	23.0	23.0	95.0
	Sangat Setuju	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Netral	37	37.0	37.0	40.0
	Setuju	47	47.0	47.0	87.0
	Sangat Setuju	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	13.0	13.0	13.0
	Netral	17	17.0	17.0	30.0
	Setuju	54	54.0	54.0	84.0
	Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	51	51.0	51.0	53.0
	Netral	31	31.0	31.0	84.0
	Setuju	9	9.0	9.0	93.0
	Sangat Setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Case Summaries

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

Case Summaries

	Demo 1	Demo 2	Demo 3	Demo 4	Demo 5	Demo 6	Demo 7	Demo 8	VAR 1
59	2	1	2	2	1	1	2	1	3
60	1	1	2	2	1	1	3	1	3
61	1	2	3	5	1	1	3	1	4
62	2	1	3	2	1	2	6	4	5
63	1	1	3	1	1	4	1	3	1
64	1	3	3	2	1	3	2	1	3
65	1	2	3	1	1	3	1	3	3
66	1	2	3	1	1	2	2	3	2
67	2	3	3	1	1	2	5	1	3
68	1	2	3	1	1	1	1	3	2
69	1	3	3	2	1	1	1	3	2
70	1	3	3	2	1	1	1	4	3
71	1	2	3	2	1	5	3	1	2
72	1	1	3	1	1	1	1	5	2
73	1	1	3	2	1	5	5	1	2
74	1	1	3	1	1	1	1	3	3
75	2	5	4	4	1	1	1	2	4
76	2	1	3	2	1	4	3	1	2
77	2	1	3	2	1	4	3	1	2
78	2	1	2	2	1	1	1	3	2
79	2	1	3	1	1	2	1	3	1
80	1	2	2	2	1	2	1	3	4
81	1	3	3	2	1	2	5	1	3
82	2	2	2	2	1	2	1	3	1
83	1	2	3	2	1	2	2	1	2
84	1	1	3	3	1	1	3	1	2
85	1	1	3	1	1	2	4	1	4
86	1	2	3	2	1	1	2	3	2
87	2	1	2	1	1	2	1	3	2
88	1	1	3	1	1	2	1	3	2
89	1	1	3	2	1	2	4	1	4
90	2	1	3	1	1	1	1	3	4
91	2	1	2	2	1	1	2	1	2
92	2	1	2	2	1	2	1	3	2
93	2	1	3	1	1	1	6	1	5
94	2	1	2	1	1	1	2	1	3
95	1	2	3	1	1	3	2	1	3
96	2	1	2	2	1	1	1	5	4
97	1	1	2	1	1	2	2	3	2
98	2	1	2	2	1	2	3	1	4
99	1	2	4	4	1	4	3	1	2
100	1	4	3	5	1	1	1	3	2

Case Summaries

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

Case Summaries

	VAR 2	VAR 3	VAR 4	VAR 5	VAR 6	VAR 7	VAR 8	VAR 9	VAR 10
59	3	4	2	3	4	3	4	5	3
60	3	3	2	3	3	3	4	4	4
61	3	4	2	3	4	3	3	4	4
62	4	4	2	2	4	4	2	4	3
63	1	1	4	4	5	3	2	2	4
64	3	3	3	3	4	3	3	3	4
65	3	3	3	3	4	3	4	3	4
66	2	2	3	4	4	3	4	4	4
67	2	4	3	4	5	4	4	4	4
68	2	3	3	4	4	3	4	3	5
69	2	3	3	4	5	3	4	4	4
70	2	2	3	3	4	3	3	2	4
71	3	2	5	5	4	3	3	4	5
72	2	2	4	4	4	3	4	3	4
73	2	2	4	4	5	4	4	4	3
74	2	2	4	4	5	5	4	5	4
75	2	4	4	4	5	4	3	3	4
76	2	2	4	4	5	5	5	4	4
77	2	2	4	4	5	5	5	4	4
78	3	3	4	4	4	4	2	4	4
79	2	2	5	5	5	5	1	1	5
80	4	4	2	2	4	4	2	4	4
81	2	2	3	4	5	3	3	3	4
82	2	2	3	3	5	5	2	3	4
83	2	2	3	3	4	4	2	4	4
84	2	2	2	4	4	3	2	3	4
85	5	5	2	2	4	4	2	2	3
86	1	1	3	3	5	5	2	4	4
87	2	4	3	4	4	4	2	4	3
88	2	2	4	4	4	4	2	2	4
89	3	4	4	4	4	5	2	2	4
90	2	2	3	3	5	5	2	2	4
91	2	4	3	2	4	4	2	3	5
92	2	3	5	5	5	4	2	4	3
93	5	5	1	1	4	4	2	5	2
94	2	3	3	3	4	2	3	4	2
95	2	2	3	3	5	4	2	3	3
96	3	3	4	4	4	4	3	4	3
97	2	2	4	4	4	4	2	4	4
98	2	2	4	4	4	4	2	2	4
99	2	2	4	4	5	5	5	4	4
100	3	3	4	4	4	4	2	4	4

Case Summaries

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

Case Summaries

	VAR 11	VAR 12	VAR 13	VAR 14	VAR 15	VAR 16	Y 1	Y 2	Y 3
59	4	4	4	4	4	4	3	4	4
60	4	3	3	3	3	4	3	3	3
61	4	4	4	4	3	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	5	5	4	4
63	2	3	5	4	2	2	1	4	5
64	3	4	4	4	3	4	3	4	4
65	2	4	4	3	3	4	3	3	4
66	2	4	3	3	3	4	2	3	4
67	3	4	4	3	4	4	3	3	5
68	2	4	4	3	3	4	2	3	4
69	2	4	3	3	3	4	2	3	5
70	2	4	4	4	4	4	3	4	4
71	4	3	4	3	4	4	2	3	4
72	1	5	4	4	3	4	2	4	4
73	4	4	4	4	5	4	2	4	5
74	3	4	4	5	5	3	3	5	5
75	4	4	5	4	3	3	4	4	5
76	2	2	4	5	5	5	2	5	5
77	2	2	4	5	5	5	2	5	5
78	4	5	4	4	2	4	2	4	4
79	5	5	5	5	5	4	3	4	3
80	4	3	4	4	2	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	3	4	5
82	3	4	4	5	3	5	3	3	3
83	2	4	4	4	4	4	2	4	4
84	2	3	2	4	3	4	2	4	4
85	4	2	4	5	4	5	4	5	4
86	1	4	5	5	5	3	3	4	3
87	2	3	2	4	2	2	2	4	3
88	4	4	4	4	2	4	2	4	4
89	4	4	2	2	2	4	4	2	4
90	5	3	4	4	4	5	3	4	5
91	4	4	2	4	3	4	2	4	4
92	4	4	5	5	4	5	3	3	3
93	3	4	5	5	5	5	5	5	3
94	3	3	4	4	3	4	3	4	4
95	4	3	2	3	2	2	3	3	5
96	2	4	4	4	4	4	4	4	4
97	2	4	2	2	2	4	2	2	4
98	4	4	2	4	2	4	4	4	4
99	2	2	4	5	5	5	3	5	3
100	4	5	4	4	2	4	3	4	3

Case Summaries

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

Case Summaries

	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	Y 11
59	3	3	2	3	3	3	4	3
60	3	3	2	3	3	3	3	3
61	3	4	2	3	4	3	4	3
62	4	5	2	2	5	4	4	4
63	1	1	4	4	1	3	5	1
64	3	3	3	3	3	3	4	3
65	3	3	3	3	3	3	4	3
66	2	2	3	4	2	3	3	2
67	2	3	3	4	3	4	4	2
68	2	2	3	4	2	3	4	2
69	2	2	3	4	2	3	3	2
70	2	3	3	3	3	3	4	2
71	3	2	5	5	2	3	4	3
72	2	2	4	4	2	3	4	2
73	2	2	4	4	2	4	4	2
74	2	3	4	4	3	5	4	2
75	2	4	4	4	4	4	5	2
76	2	2	4	4	2	5	4	2
77	2	2	4	4	2	5	4	2
78	3	2	4	4	2	4	4	3
79	3	3	3	3	3	5	4	3
80	4	4	2	2	4	4	4	4
81	2	3	3	4	3	3	4	2
82	2	3	3	3	3	3	4	2
83	2	2	3	3	2	4	4	2
84	2	2	2	4	2	3	2	2
85	5	4	2	2	4	4	4	5
86	3	3	3	3	3	3	3	3
87	2	2	3	4	2	4	3	2
88	2	3	3	4	2	4	4	2
89	3	4	4	4	4	5	2	3
90	3	4	3	3	3	5	4	3
91	2	2	3	2	2	4	2	2
92	3	3	3	3	3	4	3	3
93	5	5	2	2	5	3	5	5
94	2	3	3	3	3	2	4	2
95	2	3	3	3	3	3	3	2
96	3	4	4	4	4	4	4	3
97	2	2	4	4	2	4	2	2
98	2	4	4	4	4	3	3	2
99	3	2	3	3	3	3	4	3
100	3	2	4	3	3	4	4	3



serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN 4
HASIL OLAHAN REGRESI

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kebutuhan mencari variasi, Ketidakpuasan konsumen, Karakteristik kategori produk		Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Keputusan berpindah merek

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.907 ^a	.823	.817	.1809

- a. Predictors: (Constant), Kebutuhan mencari variasi, Ketidakpuasan konsumen, Karakteristik kategori produk

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.588	3	4.863	148.584	.000 ^a
	Residual	3.142	96	3.273E-02		
	Total	17.730	99			

- a. Predictors: (Constant), Kebutuhan mencari variasi, Ketidakpuasan konsumen, Karakteristik kategori produk
 b. Dependent Variable: Keputusan berpindah merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.117	.221		.530	.597
	Ketidakpuasan konsumen	.385	.022	.826	17.174	.000
	Karakteristik kategori produk	.364	.053	.331	6.862	.000
	Kebutuhan mencari variasi	.226	.027	.376	8.469	.000

- a. Dependent Variable: Keputusan berpindah merek



serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN 5

TABEL T

TABEL F

TABEL R

TABEL DISTRIBUSI T

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

TABEL DISTRIBUSI F 5%

N/df	1	2	3	4	5	6	7	8	9
51	4,03	3,18	2,79	2,55	2,40	2,28	2,20	2,13	2,07
52	4,03	3,18	2,78	2,55	2,39	2,28	2,19	2,12	2,07
53	4,02	3,17	2,78	2,55	2,39	2,28	2,19	2,12	2,06
54	4,02	3,17	2,78	2,54	2,39	2,27	2,18	2,12	2,06
55	4,02	3,16	2,77	2,54	2,38	2,27	2,18	2,11	2,06
56	4,01	3,16	2,77	2,54	2,38	2,27	2,18	2,11	2,05
57	4,01	3,16	2,77	2,53	2,38	2,26	2,18	2,11	2,05
58	4,01	3,16	2,76	2,53	2,37	2,26	2,17	2,10	2,05
59	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,26	2,17	2,10	2,04
60	4,00	3,15	2,76	2,53	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04
61	4,00	3,15	2,76	2,52	2,37	2,25	2,16	2,09	2,04
62	4,00	3,15	2,75	2,52	2,36	2,25	2,16	2,09	2,03
63	3,99	3,14	2,75	2,52	2,36	2,25	2,16	2,09	2,03
64	3,99	3,14	2,75	2,52	2,36	2,24	2,16	2,09	2,03
65	3,99	3,14	2,75	2,51	2,36	2,24	2,15	2,08	2,03
66	3,99	3,14	2,74	2,51	2,35	2,24	2,15	2,08	2,03
67	3,98	3,13	2,74	2,51	2,35	2,24	2,15	2,08	2,02
68	3,98	3,13	2,74	2,51	2,35	2,24	2,15	2,08	2,02
69	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,23	2,15	2,08	2,02
70	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,23	2,14	2,07	2,02
71	3,98	3,13	2,73	2,50	2,34	2,23	2,14	2,07	2,01
72	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34	2,23	2,14	2,07	2,01
73	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34	2,23	2,14	2,07	2,01
74	3,97	3,12	2,73	2,50	2,34	2,22	2,14	2,07	2,01
75	3,97	3,12	2,73	2,49	2,34	2,22	2,13	2,06	2,01
76	3,97	3,12	2,72	2,49	2,33	2,22	2,13	2,06	2,01
77	3,97	3,12	2,72	2,49	2,33	2,22	2,13	2,06	2,00
78	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33	2,22	2,13	2,06	2,00
79	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33	2,22	2,13	2,06	2,00
80	3,96	3,11	2,72	2,49	2,33	2,21	2,13	2,06	2,00
81	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33	2,21	2,12	2,05	2,00
82	3,96	3,11	2,72	2,48	2,33	2,21	2,12	2,05	2,00
83	3,96	3,11	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99
84	3,95	3,11	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99
85	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99
86	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,21	2,12	2,05	1,99
87	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,20	2,12	2,05	1,99
88	3,95	3,10	2,71	2,48	2,32	2,20	2,12	2,05	1,99
89	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32	2,20	2,11	2,04	1,99
90	3,95	3,10	2,71	2,47	2,32	2,20	2,11	2,04	1,99
91	3,95	3,10	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98
92	3,94	3,10	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98
93	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98
94	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98
95	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,20	2,11	2,04	1,98
96	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,19	2,11	2,04	1,98
97	3,94	3,09	2,70	2,47	2,31	2,19	2,11	2,04	1,98
98	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19	2,10	2,03	1,98
99	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19	2,10	2,03	1,98
100	3,94	3,09	2,70	2,46	2,31	2,19	2,10	2,03	1,97

TABEL R 5%

N	R tabel	N	R tabel	N	R tabel	N	R tabel
1	,997	51	,271	101	,194	151	,159
2	,950	52	,268	102	,193	152	,158
3	,878	53	,266	103	,192	153	,158
4	,811	54	,263	104	,191	154	,157
5	,754	55	,261	105	,190	155	,157
6	,707	56	,259	106	,189	156	,156
7	,666	57	,256	107	,188	157	,156
8	,632	58	,254	108	,187	158	,155
9	,602	59	,252	109	,187	159	,155
10	,576	60	,250	110	,186	160	,154
11	,553	61	,248	111	,185	161	,154
12	,532	62	,246	112	,184	162	,153
13	,514	63	,244	113	,183	163	,153
14	,497	64	,242	114	,182	164	,152
15	,482	65	,240	115	,182	165	,152
16	,468	66	,239	116	,181	166	,151
17	,456	67	,237	117	,180	167	,151
18	,444	68	,235	118	,179	168	,151
19	,433	69	,234	119	,179	169	,150
20	,423	70	,232	120	,178	170	,150
21	,413	71	,230	121	,177	171	,149
22	,404	72	,229	122	,176	172	,149
23	,396	73	,227	123	,176	173	,148
24	,388	74	,226	124	,175	174	,148
25	,381	75	,224	125	,174	175	,148
26	,374	76	,223	126	,174	176	,147
27	,367	77	,221	127	,173	177	,147
28	,361	78	,220	128	,172	178	,146
29	,355	79	,219	129	,172	179	,146
30	,349	80	,217	130	,171	180	,146
31	,344	81	,216	131	,170	181	,145
32	,339	82	,215	132	,170	182	,145
33	,334	83	,213	133	,169	183	,144
34	,329	84	,212	134	,168	184	,144
35	,325	85	,211	135	,168	185	,144
36	,320	86	,210	136	,167	186	,143
37	,316	87	,208	137	,167	187	,143
38	,312	88	,207	138	,166	188	,142
39	,308	89	,206	139	,165	189	,142
40	,304	90	,205	140	,165	190	,142
41	,301	91	,204	141	,164	191	,141
42	,297	92	,203	142	,164	192	,141
43	,294	93	,202	143	,163	193	,141
44	,291	94	,201	144	,163	194	,140
45	,288	95	,200	145	,162	195	,140
46	,285	96	,199	146	,161	196	,139
47	,282	97	,198	147	,161	197	,139
48	,279	98	,197	148	,160	198	,139
49	,276	99	,196	149	,160	199	,138
50	,273	100	,195	150	,159	200	,138