

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Hasil analisis persentase dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Mayoritas responden pada penelitian ini (82%) adalah pemilih perusahaan bisnis *counter* HP.
- b. Mayoritas responden pada penelitian ini (59%) berusia antara 35 sampai 49 tahun.
- c. Mayoritas responden pada penelitian ini (90%) berjenis kelamin laki-laki.
- d. Mayoritas responden pada penelitian ini berpendidikan Sarjana (S1, S2, S3) yaitu sebesar 69%.
- e. 60% responden menyatakan bahwa mereka telah menekuni usaha (bisnis *counter* HP) selama lebih dari 5 tahun.
- f. Mayoritas perusahaan yang menjadi sampel penelitian ini (86%) memiliki omset penjualan kurang dari Rp 500 juta per bulan.
- g. 56% responden menyatakan bahwa produk yang dijual disuplai oleh 5 sampai 10 pemasok.

2. Hasil analisis regresi dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Hasil analisis regresi secara simultan (uji F)
 - 1) Komunikasi dan komitmen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas strategi aliansi.

- 2) Hubungan antara komunikasi dan komitmen dengan kualitas strategi aliansi termasuk dalam kategori yang kuat (0,775).
 - 3) Komunikasi dan komitmen secara simultan mampu mempengaruhi kualitas strategi aliansi sebesar 59,3%.
- b. Hasil analisis regresi secara parsial (uji t)
- Komunikasi dan komitmen secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kualitas strategi aliansi.

5.2. Implikasi Manajerial

Membangun kerja sama dengan perusahaan lain merupakan salah satu strategi bisnis yang tepat untuk menunjang keberhasilan perusahaan. Banyak cara yang dapat dilakukan untuk membangun hubungan dengan perusahaan lain. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan menjalin komunikasi yang intensif dan berkualitas. Selain itu, kesediaan masing-masing pihak untuk mentaati dan menjalankan perjanjian yang telah dibuat merupakan salah satu bentuk komitmen pada perjanjian yang telah dibuat.

Dalam hal meningkatkan intensitas dan kualitas komunikasi, masing-masing perusahaan dapat mengimplementasikan dengan meningkatkan jumlah frekuensi komunikasi. Kualitas komunikasi juga dapat dilakukan dengan jalan penggunaan berbagai macam media komunikasi (telepon, email, surat-menyurat dan lain sebagainya). Dalam menjalin komunikasi dengan pihak lain, perlu diperhatikan kandungan informasi yang dapat disampaikan/diterima dalam proses komunikasi tersebut. Selanjutnya dari *deal-deal* bisnis yang telah disepakati akan

menjadi lebih formal dengan adanya kerja sama jangka panjang antar ke dua belah pihak perusahaan.

Demikian juga halnya dengan komitmen. Untuk mencapai tujuan bersama khususnya dalam hal peningkatan kualitas strategi aliansi, komitmen memiliki peranan yang dominan. Dengan komitmen yang dimiliki oleh masing-masing perusahaan, dipastikan bahwa masing-masing pihak akan melaksanakan tugas dan kewajibannya dengan baik. Indikator atau elemen dari komitmen terdiri dari *affective commitment*, *continuance commitment* dan *normative commitment*.

Dalam menjaga hubungan dengan pihak lain, penting bagi masing-masing perusahaan untuk memiliki keterlibatan emosional yang berupa kebanggaan dan kepedulian terhadap organisasi. Berkaitan dengan *continuance commitment*, masing-masing perusahaan hendaknya memiliki keinginan untuk tetap bertahan dan menjalin kerja sama. Loyalitas dalam komitmen ditunjukkan dalam bentuk kesetiaan, kemantapan dalam bekerja sama antar perusahaan.

Hasil penelitian ini memberikan bukti yang nyata bahwa kemampuan masing-masing perusahaan untuk meningkatkan kualitas komunikasi dan berkomitmen untuk melaksanakan hubungan kerja yang telah disepakati memberikan pengaruh yang signifikan pada peningkatan kualitas strategi aliansi. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dan komitmen memberikan pengaruh yang positif bagi kemajuan bisnis ke dua belah pihak perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi masing-masing perusahaan untuk dapat memperbaiki dan meningkatkan kualitas komunikasi serta menjalankan perjanjian dari kesepakatan yang telah dibuat (komitmen). Hal ini

tentunya menjadi pokok perhatian bagi pihak manajemen mengenai bagaimana membangun komunikasi yang baik dan cara menjaga komitmen organisasi atas apa yang telah disepakai dengan perusahaan lain.

5.3. Saran

1. Hasil analisis diketahui bahwa komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap strategi aliansi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kualitas komunikasi yang terjalin dengan baik secara nyata memberikan kontribusi positif terhadap kualitas strategi aliansi. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi ke dua belah pihak untuk dapat saling berkomunikasi menyelesaikan permasalahan bisnis dengan baik dan saling menguntungkan. Selain itu peningkatan kualitas komunikasi dilakukan untuk pengantisipasi persaingan dan ketidakpastian lingkungan di masa yang akan datang. Dalam hal meningkatkan intensitas dan kualitas komunikasi dapat dilakukan dengan cara: masing-masing perusahaan dapat mengimplementasikan dengan meningkatkan jumlah frekuensi komunikasi, penggunaan berbagai macam media komunikasi (telepon, email, surat-menyurat dan lain sebagainya), memperhatikan kandungan informasi yang diberikan, adanya kerja sama jangka panjang antar ke dua belah pihak perusahaan. Semakin baik kualitas komunikasi yang dapat dilakukan akan memberikan kontribusi positif pada keberhasilan usaha (bisnis).
2. Hasil analisis diketahui bahwa komitmen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap strategi aliansi. Kondisi ini mengindikasikan bahwa dukungan ke dua

belah pihak untuk mengembangkan diri, komitmen untuk menjaga hubungan dalam jangka yang panjang dan kerja sama yang dilakukan dengan mengacu norma yang berlaku memberikan kontribusi positif pada kualitas strategi aliansi. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi kedua belah pihak untuk saling menjaga dan mempertahankan komitmen yang telah disepakati. Hal ini penting untuk dilakukan dengan tujuan agar tidak ada salah satu perusahaan yang melakukan wanprestasi (ingkar janji). Untuk menjaga & mempertahankan komitmen dapat dilakukan dengan cara : Kesiediaan saling mendukung antara perusahaan dengan pemasok dalam rangka untuk saling mengembangkan diri guna membantu perkembangan perusahaan; Kesiediaan untuk saling menjaga hubungan antara perusahaan dengan pemasok dalam jangka panjang guna membantu perkembangan perusahaan; Kerjasama yang dilakukan sesuai dengan norma-norma yang berlaku atau yang sudah disepakati bersama,

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian menyadari bahwa dalam melakukan penelitian ini, penulis memiliki beberapa kendala secara teknis maupun teoritis. Keterbatasan tersebut menyebabkan adanya kelemahan hasil penelitian ini. Kelemahan secara teknis adalah jumlah sampel yang digunakan relatif kecil (100 perusahaan yang bergerak dalam distribusi telepon seluler). Hal ini lebih disebabkan karena rendahnya kesiediaan perusahaan untuk menjadi sampel penelitian. Berdasarkan hal tersebut

maka hasil penelitian ini tidak dapat menggambarkan secara umum kualitas strategi aliansi antara perusahaan pemasok dengan perusahaan pengecer.

Keterbatasan secara teoritis adalah jumlah variabel yang digunakan untuk memprediksi kualitas strategi aliansi hanya terbatas pada variabel komunikasi dan komitmen. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi penelitian mendatang yang sejenis untuk menambahkan variabel penelitian yang sekiranya mampu memprediksi kualitas strategi aliansi seperti variabel kepercayaan, ketidakpastian lingkungan dan yang lainnya. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar lebih banyak diketahui variabel yang berkontribusi pada tinggi atau rendahnya kualitas strategi aliansi. Berdasarkan beberapa hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keterbatasan penelitian ini menyangkut tiga aspek yaitu obyektivitas hasil penelitian, akurasi hasil penelitian dan wilayah atau generalisasi hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ain, Quratul, 2010, *Makalah Komunikasi Bisnis*, <http://nonequeen.wordpress.com/2010/03/03/makalah-komunikasi-bisnis/>, Di Akses 1 Maret 2011.
- Boedijoewono, Noegroho, 2007, *Pengantar Statistika*, Edisi Lima Jilid 1, UPP-STIM YKPN.
- Cooper, D.R., dan Emory, C.W., 1997, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Kelima, Jilid I, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Dajan, Anto., 2000, *Pengantar Metode Statistik*, Jilid II, Penerbit LP3ES, Jakarta.
- Hair Jr., J.F. R.E. Anderson, R.L, Tatham, and W.C. Black., 1998, *Multivariate Data Analysis: With Readings*, 5th ed, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Hadi, S. 2000. *Metodologi Research Jilid I*. Yogyakarta: Andi Offset
- Handoko, Johannes, 2008, *Strategi Aliansi: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesannya Serta Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing (Studi Pada PT. Kahar Duta Sarana Semarang)*, http://eprints.undip.ac.id/17988/1/Johannes_Handoko.pdf, Di Akses 7 Februari 2011.
- Kotler, P., 2008, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12, Penerbit Indeks, Jakarta.
- Kuncoro, M., 2006, *Strategi*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Pitts, Robert A. dan David Lei, 1996, *Strategic Management. Building and Sustaining Competitive Advantage*, West Publishing Company, Amerika.
- Santoso, S., dan Tjiptono F., 2001, *Riset Pemasaran*, Penerbit Elexmedia Computindo, Jakarta.
- Sekaran, Uma, 2006, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, edisi 4 Buku 2, Penerbit Salemba Empat.
- Sulisworo, Dwi, 2009, *Aliansi Strategis*, <http://blog.uad.ac.id/sulisworo/2009/04/22/aliansi-strategis/>, Diakses 7 Februari 2011.
- Sugiyono., 2000, *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan 2, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono, 2002, *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.

Widyahartono, Bob, 2008, *Aliansi Bisnis Skala Menengah-Kecil*, <http://www.antaraneews.com/view/?i=1199470240&c=ART&s=>, Di Akses 7 Februari 2011.

Wirawan Trunodipo, Teddy, 2009, *Definisi dan Faktor Pembentukan Komitmen*, <http://teddywirawan.wordpress.com/2009/10/22/definisi-dan-faktor-pembentuk-komitmen/>, Di Akses 1 Maret 2011.

Yulianti, Liya Kartikasari, 2006, *Analisis Pengaruh Kualitas Strategi Aliansi Terhadap Kinerja Bisnis Pada Industri Kecil Menengah Bordir Di Kabupaten Kudus*, http://eprints.undip.ac.id/15148/LIYA_YULIANTI_KARTIKASARI_C4A005061.pdf, Di Akses 7 Februari 2011.



KUESIONER

I. IDENTITAS RESPONDEN :

Status dalam perusahaan :

1. Pemilik

2. Pengelola

Umur :tahun

Jenis kelamin :

Pendidikan terakhir :

Lama kerja :tahun

Jenis produk yang dihasilkan :

Omset per bulan rata – rata : Rp

Jumlah pemasok :

II. PETUNJUK UNTUK MELENGKAPI KUESIONER

Kuesioner ini terdiri dari 4 bagian. Pertanyaan di bawah ini, Bapak/Ibu kami persilahkan memberikan jawaban dengan memberikan tanda (✓) pada salah satu dari 1 sampai 5 angka yang sudah tersedia. Skala 1 diartikan sebagai “sangat tidak setuju” dan skala 5 diartikan sebagai “sangat setuju”. Berilah penilaian sesuai dengan kenyataan yang anda alami selama ini.

Contoh :

Dalam menjalin kerjasama / aliansi mendasarkan pada konsep saling menguntungkan

1	2	3	4✓	5
Sangat tidak setuju				Sangat setuju

A. Komunikasi

1. Perusahaan kami seringkali mengadakan pertemuan dengan perusahaan pemasok yang bertujuan untuk membahas persediaan bahan baku.

1	2	3	4	5
Sangat tidak setuju			Sangat setuju	

2. Selain melalui tatap muka, komunikasi antara perusahaan kami dengan pemasok juga kami lakukan melalui media lain (telepon, SMS, faximili).

1	2	3	4	5
Sangat tidak setuju			Sangat setuju	

3. Diskusi yang dilakukan perusahaan kami dengan pemasok seringkali membahas berbagai masalah guna memperoleh kesepakatan.

1	2	3	4	5
Sangat tidak setuju			Sangat setuju	

4. Kerjasama yang terjalin antara perusahaan kami dengan pemasok dilandasi oleh adanya kesepakatan jangka panjang yang telah kami setujui sebelumnya.

1	2	3	4	5
Sangat tidak setuju			Sangat setuju	

B. Komitmen

5. Saling mendukung tercapainya hubungan yang baik antara perusahaan dengan pemasok dalam rangka untuk saling mengembangkan diri sangat membantu perkembangan perusahaan.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak setuju Sangat setuju

6. Saling menjaga hubungan antara perusahaan dengan pemasok dalam jangka panjang sangat membantu perkembangan perusahaan.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak setuju Sangat setuju

7. Selama ini kerjasama yang dilakukan sesuai dengan norma-norma yang berlaku atau yang sudah disepakati bersama.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak setuju Sangat setuju

C. Kualitas Strategi Aliansi

8. Dalam menjalin kerjasama / aliansi mendasarkan pada konsep saling menguntungkan.

1	2	3	4	5
Sangat tidak setuju			Sangat setuju	

9. Apabila ada intervensi dari pihak luar selalu dibicarakan bersama untuk mendapatkan kesepakatan baru.

1	2	3	4	5
Sangat tidak setuju			Sangat setuju	

10. Perusahaan saya memandang perilaku pelanggan mempengaruhi kualitas hubungan / aliansi perusahaan pemasok.

1	2	3	4	5
Sangat tidak setuju			Sangat setuju	

Sumber:

Liya Yulianti Kartikasari, 2006.

Frequencies

Frequency Table

Status dalam perusahaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pemilik	82	82.0	82.0	82.0
	Pengelola	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 - 34 tahun	33	33.0	33.0	33.0
	35 - 49 tahun	59	59.0	59.0	92.0
	> 49 tahun	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	90	90.0	90.0	90.0
	Perempuan	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tingkat pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Diploma	31	31.0	31.0	31.0
	Sarjana (S1, S2, S3)	69	69.0	69.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lama kerja/usaha

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 5 tahun	40	40.0	40.0	40.0
	Lebih dari 5 tahun	60	60.0	60.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Omset per bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari Rp. 100 juta	43	43.0	43.0	43.0
	Rp. 100 juta - Rp. 500 juta	43	43.0	43.0	86.0
	> Rp. 500 juta	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jumlah pemasok

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 5 pemasok	6	6.0	6.0	6.0
	5 - 10 pemasok	56	56.0	56.0	62.0
	Lebih dari 10 pemasok	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Komunikasi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Komunikasi.1	11.50	3.444	.650	.780
Komunikasi.2	11.67	3.294	.738	.737
Komunikasi.3	11.83	3.516	.607	.801
Komunikasi.4	11.65	3.907	.616	.796

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.55	5.947	2.439	4

Komitmen

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Komitmen.1	7.76	2.144	.572	.821
Komitmen.2	7.76	2.164	.699	.683
Komitmen.3	7.96	2.160	.689	.691

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.74	4.417	2.102	3

Kualitas strategi aliansi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.795	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Strategi.1	8.17	2.001	.634	.734
Strategi.2	8.02	2.262	.657	.701
Strategi.3	8.07	2.409	.634	.729

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.13	4.538	2.130	3

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Komitmen, Komunikasi	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Kualitas strategi aliansi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775 ^a	.601	.593	.45305

- a. Predictors: (Constant), Komitmen, Komunikasi

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30.013	2	15.007	73.111	.000 ^a
	Residual	19.910	97	.205		
	Total	49.923	99			

- a. Predictors: (Constant), Komitmen, Komunikasi
 b. Dependent Variable: Kualitas strategi aliansi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.327	.311		1.049	.297
	Komunikasi	.690	.092	.593	7.464	.000
	Komitmen	.264	.080	.260	3.279	.001

- a. Dependent Variable: Kualitas strategi aliansi

Summarize

Case Summaries

	Status dalam perusahaan	Umur	Jenis kelamin	Tingkat pendidikan	Lama kepala saha	Onset per bulan	Jumlah pemasok	Komun kasi.1	Komuni kasi.2	Komuni kasi.3	Komuni kasi.4	Komitmen.1	Komitmen.2	Komitmen.3	Strategi.1	Strategi.2	Strategi.3
1	1	1	1	3	1	2	3	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4
2	2	1	1	3	2	2	3	4	4	5	5	3	3	3	5	5	4
3	1	2	1	3	1	1	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4
4	2	2	2	3	2	2	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4
5	2	1	1	2	1	1	2	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4
6	1	2	2	3	2	3	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5
7	1	1	1	3	2	1	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
8	2	2	1	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
9	1	1	1	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	2	2	1	2	1	1	2	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3
11	2	1	1	2	1	1	2	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4
12	1	3	1	3	1	2	3	5	4	4	4	4	5	3	3	5	5
13	1	2	1	3	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5
14	1	2	1	2	2	1	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3
15	1	2	1	3	1	1	2	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4
16	1	2	1	3	1	2	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4
17	1	2	1	2	1	1	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2
18	1	2	1	3	2	2	3	5	4	2	4	5	4	5	5	5	5
19	1	2	1	3	2	2	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5
20	1	1	1	2	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	1	2	1	2	1	1	2	4	3	3	4	3	4	4	2	4	4
22	1	2	1	3	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5
23	1	2	1	3	2	2	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
24	1	2	1	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	1	1	1	2	1	1	2	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4
26	1	1	1	3	2	2	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
27	1	1	1	2	1	1	2	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4
28	1	2	2	3	2	2	2	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4
29	1	2	1	3	2	3	3	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5
30	1	1	2	2	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
31	1	1	1	3	2	2	2	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4
32	1	2	2	3	2	2	3	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4
33	1	2	1	2	1	1	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
34	1	1	1	2	1	1	1	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3
35	1	1	1	3	2	2	3	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5
36	1	1	1	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4
37	1	1	1	2	1	1	2	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3
38	1	1	1	3	1	1	2	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
39	1	1	2	3	2	2	2	5	4	4	4	5	5	4	5	3	5
40	1	1	1	2	1	1	1	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3
41	2	2	1	3	2	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
42	2	2	1	2	1	1	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2
43	1	1	1	2	1	1	1	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2
44	1	2	1	3	1	1	1	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
45	1	1	1	3	1	1	2	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4
46	2	2	2	3	2	2	3	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5
47	1	2	1	3	2	3	2	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
48	1	1	1	2	2	2	2	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
49	1	2	1	3	2	1	2	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4
50	1	3	1	3	2	1	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4
51	1	2	1	3	2	3	2	5	4	2	4	5	5	5	5	5	5
52	1	1	1	3	2	1	2	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4
53	1	3	1	3	2	3	2	4	4	4	5	5	5	3	5	5	4
54	2	1	1	3	1	1	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4
55	1	2	1	3	2	2	2	5	5	5	3	4	4	4	5	5	4
56	1	1	1	3	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	2	2	1	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
58	1	2	1	2	1	1	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
59	1	2	1	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
60	1	1	1	3	1	2	2	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3
61	1	2	1	2	1	1	2	4	3	3	4	5	5	3	3	4	3
62	1	1	1	3	1	2	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
63	1	1	2	2	1	1	1	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3
64	1	2	1	3	1	2	2	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4
65	1	2	1	3	1	1	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2
66	1	2	1	3	2	2	3	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5
67	1	2	2	3	2	3	3	5	4	2	4	4	5	5	5	5	5
68	1	1	1	2	1	1	2	4	5	4	4	3	5	4	2	4	4
69	1	2	1	3	2	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5
70	1	3	1	3	2	3	3	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5
71	1	2	1	2	1	1	2	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4
72	2	2	2	3	1	1	2	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4
73	1	2	1	3	1	2	2	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
74	1	2	1	3	2	3	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5
75	1	2	1	3	2	1	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4
76	1	2	1	3	2	2	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4
77	1	2	1	2	2	1	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4
78	1	3	1	3	2	2	3	5	5	3	5	3	4	3	3	5	4
79	1	2	1	3	2	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
80	1	2	1	2	2	1	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3
81	2	1	1	3	2	2	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
82	2	3	1	2	1	2	3	5	4	4	4	4	3	4	5	4	3
83	1	2	1	3	2	1	2	4	3	3	4	5	5	3	3	4	4
84	1	2	1	3	1	2	3	5	4	4	4	5	4	4	5	3	5
85	2	3	1	3	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5
86	2	2	1	3	1	2	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4
87	1	2	1	3	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4
88	1	2	1	3	2	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	1	1	1	3	2	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
90	1	2	1	2	2	1	2	4	5	4	4	3	5	4	2	4	4
91	1	2	1	3	2	3	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
92	1	2	1	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	1	1	1	3	2	2	2	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5
94	1	2	1	2	2	1	2	5	4	4	5	3	4	3	3	4	4
95	2	1	1	3	2	2	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
96	1	2	1	2	1	1	2	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4
97	2	3	1	3	2	2	3	4	4	5	5	3	4	3	5	5	4
98	1	1	1	2	1	1	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4
99	1	2	1	3	2	2	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4
100	1	2	1	3	2	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5

TABEL DISTRIBUSI R

Df	5%	DF	5%	DF	5%	DF	5%
1	0.997	51	0.271	101	0.194	151	0.159
2	0.950	52	0.268	102	0.193	152	0.158
3	0.878	53	0.266	103	0.192	153	0.158
4	0.811	54	0.263	104	0.191	154	0.157
5	0.754	55	0.261	105	0.190	155	0.157
6	0.707	56	0.259	106	0.189	156	0.156
7	0.666	57	0.256	107	0.188	157	0.156
8	0.632	58	0.254	108	0.187	158	0.155
9	0.602	59	0.252	109	0.187	159	0.155
10	0.576	60	0.250	110	0.186	160	0.154
11	0.553	61	0.248	111	0.185	161	0.154
12	0.532	62	0.246	112	0.184	162	0.153
13	0.514	63	0.244	113	0.183	163	0.153
14	0.497	64	0.242	114	0.182	164	0.152
15	0.482	65	0.240	115	0.182	165	0.152
16	0.468	66	0.239	116	0.181	166	0.151
17	0.456	67	0.237	117	0.180	167	0.151
18	0.444	68	0.235	118	0.179	168	0.151
19	0.433	69	0.234	119	0.179	169	0.150
20	0.423	70	0.232	120	0.178	170	0.150
21	0.413	71	0.230	121	0.177	171	0.149
22	0.404	72	0.229	122	0.176	172	0.149
23	0.396	73	0.227	123	0.176	173	0.148
24	0.388	74	0.226	124	0.175	174	0.148
25	0.381	75	0.224	125	0.174	175	0.148
26	0.374	76	0.223	126	0.174	176	0.147
27	0.367	77	0.221	127	0.173	177	0.147
28	0.361	78	0.220	128	0.172	178	0.146
29	0.355	79	0.219	129	0.172	179	0.146
30	0.349	80	0.217	130	0.171	180	0.146
31	0.344	81	0.216	131	0.170	181	0.145
32	0.339	82	0.215	132	0.170	182	0.145
33	0.334	83	0.213	133	0.169	183	0.144
34	0.329	84	0.212	134	0.168	184	0.144
35	0.325	85	0.211	135	0.168	185	0.144
36	0.320	86	0.210	136	0.167	186	0.143
37	0.316	87	0.208	137	0.167	187	0.143
38	0.312	88	0.207	138	0.166	188	0.142
39	0.308	89	0.206	139	0.165	189	0.142
40	0.304	90	0.205	140	0.165	190	0.142
41	0.301	91	0.204	141	0.164	191	0.141
42	0.297	92	0.203	142	0.164	192	0.141
43	0.294	93	0.202	143	0.163	193	0.141
44	0.291	94	0.201	144	0.163	194	0.140
45	0.288	95	0.200	145	0.162	195	0.140
46	0.285	96	0.199	146	0.161	196	0.139
47	0.282	97	0.198	147	0.161	197	0.139
48	0.279	98	0.197	148	0.160	198	0.139
49	0.276	99	0.196	149	0.160	199	0.138
50	0.273	100	0.195	150	0.159	200	0.138

TABEL DISTRIBUSI F 5%

DF	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93

TABEL DISTRIBUSI T

N	10%	5%	N	10%	5%
1	6.314	12.706	51	1.675	2.008
2	2.920	4.303	52	1.675	2.007
3	2.353	3.182	53	1.674	2.006
4	2.132	2.776	54	1.674	2.005
5	2.015	2.571	55	1.673	2.004
6	1.943	2.447	56	1.673	2.003
7	1.895	2.365	57	1.672	2.002
8	1.860	2.306	58	1.672	2.002
9	1.833	2.262	59	1.671	2.001
10	1.812	2.228	60	1.671	2.000
11	1.796	2.201	61	1.670	2.000
12	1.782	2.179	62	1.670	1.999
13	1.771	2.160	63	1.669	1.998
14	1.761	2.145	64	1.669	1.998
15	1.753	2.131	65	1.669	1.997
16	1.746	2.120	66	1.668	1.997
17	1.740	2.110	67	1.668	1.996
18	1.734	2.101	68	1.668	1.995
19	1.729	2.093	69	1.667	1.995
20	1.725	2.086	70	1.667	1.994
21	1.721	2.080	71	1.667	1.994
22	1.717	2.074	72	1.666	1.993
23	1.714	2.069	73	1.666	1.993
24	1.711	2.064	74	1.666	1.993
25	1.708	2.060	75	1.665	1.992
26	1.706	2.056	76	1.665	1.992
27	1.703	2.052	77	1.665	1.991
28	1.701	2.048	78	1.665	1.991
29	1.699	2.045	79	1.664	1.990
30	1.697	2.042	80	1.664	1.990
31	1.696	2.040	81	1.664	1.990
32	1.694	2.037	82	1.664	1.989
33	1.692	2.035	83	1.663	1.989
34	1.691	2.032	84	1.663	1.989
35	1.690	2.030	85	1.663	1.988
36	1.688	2.028	86	1.663	1.988
37	1.687	2.026	87	1.663	1.988
38	1.686	2.024	88	1.662	1.987
39	1.685	2.023	89	1.662	1.987
40	1.684	2.021	90	1.662	1.987
41	1.683	2.020	91	1.662	1.986
42	1.682	2.018	92	1.662	1.986
43	1.681	2.017	93	1.661	1.986
44	1.680	2.015	94	1.661	1.986
45	1.679	2.014	95	1.661	1.985
46	1.679	2.013	96	1.661	1.985
47	1.678	2.012	97	1.661	1.985
48	1.677	2.011	98	1.661	1.984
49	1.677	2.010	99	1.660	1.984
50	1.676	2.009	100	1.660	1.984