

## BAB V

### KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil analisis data yang telah disajikan pada bab tiga di depan maka pada bab lima ini penulis akan menyimpulkan hasil penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 5.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden yang menjadi obyek dalam penelitian ini berusia antara 18 sampai 20 tahun.
2. Berdasarkan karakteristik pekerjaan dapat disimpulkan bahwa mayoritas remaja yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa.
3. Berdasarkan karakteristik pendapatan atau uang saku dalam satu bulan dapat disimpulkan bahwa mayoritas remaja yang menjadi obyek dalam penelitian ini memiliki pendapatan atau uang saku antara Rp. 500.001 sampai Rp. 800.000.
4. Berdasarkan karakteristik frekuensi belanja dalam satu bulan dapat diketahui bahwa, mayoritas remaja membeli pakaian sebanyak 2 sampai 3 kali dalam satu bulan.
5. Hasil analisis *One Sample T-test* dapat diketahui bahwa remaja dalam penelitian ini memiliki pengalaman *hedonic* dan perilaku pembelian tanpa direncanakan (*impulsive*) yang cukup tinggi.

6. Hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa pengalaman *hedonic* berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian *impulsif* remaja pada produk pakaian.

## 5.2. Implikasi Manajerial

Proses pengambilan keputusan pembelian sangat bervariasi. Ada yang sederhana dan ada pula yang kompleks. Pembelian *impulsif* merupakan salah satu dari proses pengambilan keputusan pembelian yang sederhana. Salah satu faktor yang mempengaruhi pembelian *impulsif* adalah rasa suka atau kesenangan seseorang dalam berbelanja (pengalaman *hedonic*). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa pengalaman *hedonic* berpengaruh secara signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak direncanakan (*impulsif*) oleh remaja putri pada produk pakaian. Berdasarkan hal tersebut maka pihak pemasar harus dapat meningkatkan pengalaman *hedonic* remaja. Pihak pemasar dapat melakukannya dengan cara memperbaiki *layout* boutique sehingga lebih tampak menarik. Hal ini dengan tujuan agar konsumen memiliki ketertarikan yang lebih besar dengan melihat *layout* boutique.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembelian *impulsif* remaja pada produk pakaian termasuk dalam kategori cukup tinggi. Berdasarkan hal analisis tersebut maka pihak pemasar harus dapat meningkatkan perilaku pembelian remaja pada produk pakaian yang dijualnya. Pihak pemasar dapat melakukannya dengan cara menyediakan koleksi busana yang lebih beraneka ragam dengan harga yang bervariasi. Pihak pemasar juga harus memperbaiki kualitas pakaian

yang dijualnya. Hal ini dengan tujuan agar konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk pakaian sesuai dengan selera serta daya belinya.

Hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa pengaruh pengalaman *hedonic* terhadap pembelian *impulsif* masih relatif kecil. Pihak pemasar harus dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk berbelanja pakaian pada butiknya. Cara yang dapat dilakukan antara lain dengan melakukan program promosi penjualan yang lebih intensif baik melalui iklan, maupun pemberian potongan harga.

### 5.3. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari banyak keterbatasan yang baik yang bersifat internal maupun eksternal dalam penelitian ini. Keterbatasan internal yang dimiliki peneliti antara lain adalah jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yang hanya berjumlah 140 orang responden tentu saja tidak representatif. Selain itu variabel yang digunakan untuk memprediksi pembelian *impulsif* dalam penelitian ini hanya terbatas pada pengalaman *hedonic* saja, padahal masih banyak faktor lain yang memiliki kontribusi dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

### DAFTAR PUSTAKA

- Cooper, R. Donald and C. William Emory., (1996), *Metode Penelitian Bisnis*, Alih Bahasa Ellen Gunawan dan Imam Nurmawan, Jilid I, Edisi Kelima, penerbit Erlangga, Jakarta.
- Dharmesta, Basu Swastha, dan Hani Handoko T., (2000), *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, Cetakan Kedua, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Engel F. James, Roger D. Blockwell dan Paul W. Miniard., (1994), *Perilaku Konsumen*, Edisi Bahasa Indonesia, Alih Bahasa F.X. Budiono, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Hair, Joseph F. Jr, Ralph E. Anderson, Ronald L. Tatham, and William C. Black., (2001), *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Acella A.H. Jilid I, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Hausman, Angela., (2000). A Multi-Method Investigation Of Consumer Motivations In Impulse Buying Behavior : *Journal Of Consumer Marketing*. Vol. 17. No 5. USA: MCB University Press.
- Hurlock E.B., (1993). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Edisi 5. Alih Bahasa Istiwidayanti. Jakarta : Erlangga
- Mowen, John C dan Minor Michael., (2002), *Perilaku Konsumen*, Alih Bahasa Lina Salim, Jilid I, Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Mowen, John C dan Minor Michael., (2002), *Perilaku Konsumen*, Alih bahasa Lina Salim, Jilid I, Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Rook, Dennis W. (1987). The Buying Impulse, *Journal Of Consumer Research*. Vol. 14. Chicago; DDB Nedham Worldwide
- Rook, Dennis. W and Fisher R.J., (1995), Normative Influences On Impulsive Buy Beh, *Journal of Consumer Research*, Vol. 22. No. 3, Page 305 – 313.
- Solomon, Michael R. (2004), *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being*, 6<sup>th</sup> Edition, International Edition, Prentice Hall.
- Tjiptono, Fandy., (2002), *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua, Cetakan keenam, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.

### **Identitas Responden**

Berikut ini merupakan pertanyaan mengenai karakteristik demografi. Anda dipersilahkan memilih salah satu alternatif jawaban di bawah ini yang sesuai dengan karakteristik demografi saudara. Berilah tanda silang (X) atau (√) pada salah satu jawaban yang Anda anggap sesuai :

1. Usia anda saat ini:
  - ( ) 15 – 17 tahun
  - ( ) 18 – 20 tahun
  - ( ) 21 – 22 tahun
2. Pekerjaan :
  - ( ) Pelajar
  - ( ) Mahasiswa
  - ( ) Karyawati
3. Pendapatan:
  - ( ) Rp. 300.000 – Rp. 500.000
  - ( ) Rp. 500.001 – Rp. 800.000
  - ( ) > Rp. 800.000
4. Frekuensi belanja dalam 1 bulan:
  - ( ) 2 – 3 kali
  - ( ) 4 – 5 kali
  - ( ) > 6 kali

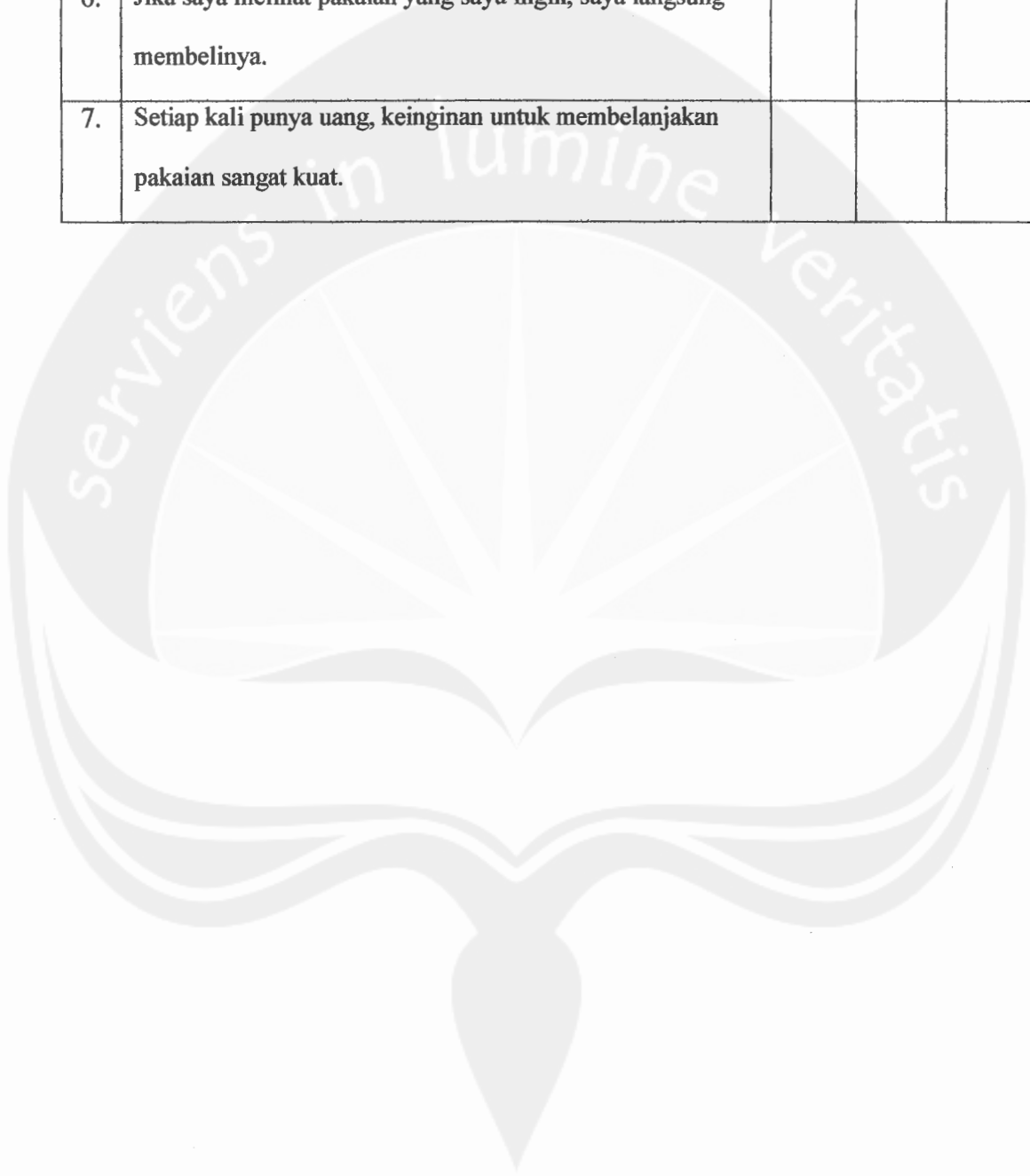
### 1. Pertanyaan tentang pengalaman *hedonic*

No		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya suka berbelanja pakaian untuk menemukan hal-hal baru.					
2.	Berbelanja membuat saya puas terhadap rasa keingintahuanku akan suatu produk pakaian.					
3.	Berbelanja pakaian memberiku pengalaman baru.					
4.	Saya merasa seperti sedang bertualang ketika sedang berbelanja					
5.	Saya berbelanja pakaian untuk mengamati tingkah laku orang lain.					
6.	Saya berbelanja pakaian tergantung pada suasana hati.					
7.	Saya mendapatkan sesuatu "yang sangat nyata" dari berbelanja pakaian.					

### 2. Pertanyaan tentang *Impulsive Buying*

No		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya sering membeli pakaian saat berbelanja secara spontan.					
2.	"Just do it" menggambarkan cara saya dalam membeli pakaian.					
3.	Saya sering membeli pakaian pada saat berbelanja tanpa berpikir panjang					

4.	Saya sering membeli pakaian tanpa memikirkan kegunaannya terlebih dahulu.					
5.	Kadang-kadang saya merasa seperti selalu membeli pakaian secara mendadak.					
6.	Jika saya melihat pakaian yang saya ingin, saya langsung membelinya.					
7.	Setiap kali punya uang, keinginan untuk membelanjakan pakaian sangat kuat.					



## Pengalaman Hedonic

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	7

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Hed_1	20.97	20.102	.696	.866
Hed_2	21.10	18.783	.748	.858
Hed_3	21.23	21.289	.474	.890
Hed_4	21.23	19.082	.674	.867
Hed_5	21.50	17.845	.735	.860
Hed_6	20.87	20.189	.634	.872
Hed_7	21.10	19.120	.770	.855

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24.67	26.023	5.101	7



## Impulsif Buying

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.834	7

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Imp_1	20.60	19.490	.555	.816
Imp_2	20.90	20.024	.574	.812
Imp_3	21.03	17.275	.770	.777
Imp_4	21.73	18.892	.544	.819
Imp_5	20.77	20.323	.564	.814
Imp_6	20.77	19.357	.577	.812
Imp_7	20.20	21.821	.528	.822

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24.33	25.954	5.095	7

## Frequency Table

### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 - 17 tahun	16	11.4	11.4	11.4
	18 - 20 tahun	81	57.9	57.9	69.3
	21 - 22 tahun	43	30.7	30.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	16	11.4	11.4	11.4
	Mahasiswa	114	81.4	81.4	92.9
	Karyawati	10	7.1	7.1	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

### Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp. 300.000 - Rp. 500.000	46	32.9	32.9	32.9
	Rp. 500.001 - Rp. 800.000	55	39.3	39.3	72.1
	> Rp. 800.000	39	27.9	27.9	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

### Frekuensi\_belanja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 X - 3 X	84	60.0	60.0	60.0
	4 X - 5 X	48	34.3	34.3	94.3
	> 6X	8	5.7	5.7	100.0
	Total	140	100.0	100.0	

## T-Test

### One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pengalaman Hedonic	140	3.4622	.45712	.03863
Impulsif Buying	140	3.3939	.65943	.05573

### One-Sample Test

Test Value = 3.000						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Pengalaman Hedonic	11.965	139	.000	.46224	.3859	.5386
Impulsif Buying	7.067	139	.000	.39388	.2837	.5041

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pengalaman Hedonic <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Impulsif Buying

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.548 <sup>a</sup>	.301	.296	.55340

a. Predictors: (Constant), Pengalaman Hedonic

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.181	1	18.181	59.366	.000 <sup>a</sup>
	Residual	42.263	138	.306		
	Total	60.444	139			

a. Predictors: (Constant), Pengalaman Hedonic

b. Dependent Variable: Impulsif Buying

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.655	.359		1.826	.070
	Pengalaman Hedonic	.791	.103	.548	7.705	.000

a. Dependent Variable: Impulsif Buying

### Case Summaries

	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Frekuensi_ belanja	Hed_1	Hed_2	Hed_3	Hed_4	Hed_5	Hed_6
1	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5
2	2	2	1	2	4	5	4	4	2	3
3	3	3	3	2	4	3	2	4	4	4
4	3	3	3	2	4	5	4	2	2	4
5	3	2	3	3	4	4	2	2	4	4
6	1	1	3	3	4	5	4	3	3	5
7	2	2	3	1	3	3	2	3	2	5
8	2	2	1	1	2	2	4	2	2	4
9	3	2	2	1	4	4	4	2	2	4
10	2	2	1	1	4	2	2	3	2	5
11	2	2	2	1	4	4	4	2	2	4
12	1	1	2	2	4	5	4	3	3	5
13	2	2	1	1	2	2	4	4	5	4
14	2	2	2	1	4	2	4	4	2	4
15	2	2	1	1	3	4	4	4	4	2
16	3	2	3	2	4	4	3	2	2	4
17	3	2	2	2	5	5	3	1	2	2
18	2	2	2	1	2	4	3	2	1	4
19	3	2	3	1	2	4	3	4	2	5
20	3	2	3	2	4	4	4	5	3	4
21	2	2	2	1	4	4	4	5	3	4
22	3	3	2	2	5	5	3	4	2	4
23	1	1	2	3	5	4	3	4	5	2
24	2	2	3	1	3	4	5	4	2	4
25	3	2	1	1	4	3	4	2	2	4
26	2	2	2	2	5	5	4	3	3	4
27	2	2	1	1	4	4	4	4	2	4
28	3	3	3	1	4	4	3	5	5	5
29	2	2	1	1	3	4	3	2	2	4
30	2	2	1	1	4	2	2	3	2	5
31	2	2	2	1	4	4	4	2	2	4
32	2	2	1	1	2	2	2	4	3	5
33	1	1	2	2	4	5	4	3	3	5
34	2	2	1	1	2	2	4	4	5	4
35	3	2	3	2	4	4	3	2	2	4
36	3	2	2	2	5	5	3	1	2	2
37	3	2	3	1	2	4	3	4	2	5
38	3	3	3	1	4	3	3	3	3	4
39	2	2	2	1	4	4	4	5	3	4
40	3	3	2	2	5	5	3	4	2	4
41	1	1	2	3	4	4	4	4	3	4
42	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3
43	2	2	3	1	3	4	4	4	3	4
44	2	2	3	3	4	4	4	5	3	5
45	1	1	3	3	4	5	4	3	3	5
46	2	2	3	1	3	3	2	3	2	5
47	2	2	2	2	4	5	5	5	3	5
48	3	2	2	1	4	3	3	3	3	3
49	2	2	2	1	4	3	4	3	3	3
50	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3
51	2	2	2	1	4	3	3	4	3	3
52	2	2	1	1	3	4	4	4	4	2
53	3	2	1	1	4	3	3	3	3	3
54	1	1	1	2	4	2	3	4	2	5

### Case Summaries

	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Frekuensi_ belanja	Hed_1	Hed_2	Hed_3	Hed_4	Hed_5	Hed_6
55	3	3	3	1	4	4	4	4	5	5
56	2	2	1	1	3	4	3	2	2	4
57	2	2	3	1	3	3	2	3	2	5
58	2	2	1	1	2	2	4	2	2	4
59	2	2	2	2	4	5	5	4	4	5
60	2	2	1	1	3	3	2	3	3	3
61	2	2	2	1	3	3	4	3	3	4
62	2	2	1	1	2	2	2	4	4	4
63	2	2	1	1	2	2	4	4	5	4
64	2	2	2	1	4	2	4	4	2	4
65	3	3	2	2	4	4	3	4	4	3
66	2	2	2	1	3	3	3	4	3	4
67	1	1	2	3	5	4	3	4	4	3
68	3	2	3	2	4	3	3	4	3	3
69	2	2	3	1	3	4	5	4	2	4
70	2	2	2	2	5	5	4	3	3	4
71	2	2	2	1	4	4	4	2	2	4
72	2	2	1	1	2	2	2	4	3	5
73	2	2	1	1	2	2	4	4	5	4
74	2	2	2	1	4	2	4	4	2	4
75	2	2	1	1	3	4	4	4	4	2
76	2	2	3	1	3	4	5	4	2	4
77	2	2	2	2	5	5	4	3	3	4
78	1	1	1	2	4	2	3	4	3	4
79	2	2	1	1	4	4	3	4	3	3
80	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3
81	2	2	3	1	4	4	4	3	3	4
82	3	2	1	1	4	3	4	2	2	4
83	2	2	2	2	5	5	4	3	3	4
84	1	1	1	2	4	3	3	3	3	4
85	2	2	1	1	4	4	3	4	3	3
86	3	3	3	1	4	4	3	5	5	5
87	2	2	1	1	3	4	3	2	2	4
88	2	2	1	1	3	3	2	3	3	3
89	2	2	2	1	4	4	4	2	2	4
90	2	2	1	1	2	3	3	3	3	4
91	2	2	1	1	3	4	4	4	4	2
92	3	2	3	2	4	4	3	2	2	4
93	2	2	2	1	3	3	3	3	2	3
94	2	2	2	2	4	5	5	5	3	5
95	3	2	2	1	3	4	3	3	3	3
96	2	2	1	1	3	2	3	3	3	3
97	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3
98	1	1	2	2	4	5	4	3	3	5
99	2	2	1	1	2	2	4	4	5	4
100	2	2	2	1	4	2	4	4	2	4
101	2	2	1	1	3	4	4	4	4	2
102	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3
103	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3
104	3	2	3	2	4	3	3	5	2	1
105	2	2	3	1	3	4	5	4	2	4
106	3	2	1	1	4	3	3	3	3	3
107	1	1	2	2	4	4	4	4	3	5
108	3	2	3	2	4	4	3	2	3	3

### Case Summaries

	Usia	Pekerjaan	Pendapatan	Frekuensi_ belanja	Hed_1	Hed_2	Hed_3	Hed_4	Hed_5	Hed_6
109	3	2	2	2	4	3	3	3	3	2
110	3	2	3	2	4	3	3	5	2	1
111	3	2	1	1	4	3	4	2	2	4
112	1	1	2	2	4	5	4	3	3	5
113	2	2	1	1	2	2	4	4	5	4
114	2	2	2	1	4	3	3	3	3	4
115	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3
116	2	2	2	1	4	4	4	2	2	4
117	2	2	1	1	4	2	2	3	2	5
118	2	2	1	1	2	2	4	4	5	4
119	3	2	3	2	4	4	3	2	2	4
120	2	2	3	1	3	4	5	4	2	4
121	2	2	2	2	5	5	4	3	3	4
122	2	2	1	1	4	4	4	4	2	4
123	2	2	3	3	4	4	4	5	3	5
124	2	2	2	2	4	5	5	5	3	5
125	2	2	1	1	3	3	3	3	3	3
126	3	3	3	1	4	3	3	3	3	4
127	2	2	2	1	3	3	3	4	2	5
128	3	2	3	2	4	3	3	4	3	3
129	1	1	1	2	4	2	3	4	3	4
130	2	2	2	1	4	3	3	3	3	4
131	2	2	1	1	3	4	4	4	4	2
132	2	2	2	1	3	3	2	3	3	3
133	3	2	3	2	4	4	4	5	3	4
134	2	2	2	1	3	3	3	4	3	4
135	2	2	1	1	3	2	3	3	3	3
136	1	1	2	2	4	5	4	3	3	5
137	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2
138	3	2	3	2	4	3	3	5	2	1
139	3	2	2	1	4	4	4	2	2	4
140	1	1	2	2	4	5	4	3	3	5

### Case Summaries

	Hed_7	Imp_1	Imp_2	Imp_3	Imp_4	Imp_5	Imp_6	Imp_7
1	5	4	4	4	5	5	5	5
2	2	4	4	4	3	4	5	4
3	4	4	4	2	2	2	2	4
4	4	2	2	4	2	4	2	4
5	4	4	4	4	2	4	4	4
6	5	5	5	5	4	4	4	5
7	3	4	4	3	3	3	3	4
8	4	4	3	2	2	2	2	3
9	2	4	4	4	2	4	3	4
10	2	3	3	2	1	4	2	3
11	3	4	2	2	2	2	2	4
12	5	5	4	5	4	5	4	5
13	5	2	4	2	2	4	2	5
14	4	2	2	2	2	4	4	4
15	4	4	2	1	1	4	3	3
16	3	4	4	4	2	4	4	4
17	2	4	2	2	4	4	4	4
18	4	2	2	2	2	2	4	4
19	3	4	5	3	2	3	4	5
20	4	5	4	5	5	4	5	5
21	3	5	5	5	5	4	5	5
22	2	5	3	4	1	4	3	5
23	3	1	2	4	2	2	5	5
24	3	5	4	2	4	4	5	1
25	4	4	2	2	2	3	4	4
26	5	5	4	4	3	4	5	5
27	2	4	3	4	2	4	4	4
28	3	5	4	5	1	5	4	5
29	3	4	4	3	2	4	4	3
30	2	3	3	2	1	4	2	3
31	3	4	2	2	2	2	2	4
32	3	4	4	5	2	5	3	5
33	5	5	4	5	4	5	4	5
34	5	2	4	2	2	4	2	5
35	3	4	4	4	2	4	4	4
36	2	4	2	2	4	4	4	4
37	3	4	5	3	2	3	4	5
38	3	4	4	3	2	3	4	3
39	3	5	5	5	5	4	5	5
40	2	5	3	4	1	4	3	5
41	3	1	2	4	2	2	5	5
42	5	1	1	4	5	4	1	3
43	3	5	4	2	4	4	5	1
44	4	3	3	4	4	4	4	4
45	5	5	5	5	4	4	4	5
46	3	4	4	3	3	3	3	4
47	5	3	4	4	3	4	5	5
48	3	4	4	4	2	4	3	4
49	3	4	2	2	2	2	2	4
50	3	4	4	5	2	5	3	5
51	4	2	2	2	2	4	4	4
52	4	4	2	1	1	4	3	3
53	4	4	2	2	2	3	4	4
54	4	3	4	2	1	3	2	4



### Case Summaries

	Hed_7	Imp_1	Imp_2	Imp_3	Imp_4	Imp_5	Imp_6	Imp_7
55	3	5	4	5	1	5	4	5
56	3	4	4	3	2	4	4	3
57	3	4	4	3	3	3	3	4
58	4	4	3	2	2	2	2	3
59	5	3	4	4	3	4	5	5
60	3	3	3	2	1	4	2	3
61	3	4	2	2	2	2	2	4
62	3	4	4	5	2	5	3	5
63	5	2	4	2	2	4	2	5
64	4	2	2	2	2	4	4	4
65	3	5	3	4	1	4	3	5
66	3	5	4	4	3	4	2	3
67	3	1	2	4	2	2	5	5
68	3	1	1	4	5	4	1	3
69	3	5	4	2	4	4	5	1
70	5	5	4	4	3	4	5	5
71	3	4	2	2	2	2	2	4
72	3	4	4	5	2	5	3	5
73	5	2	4	2	2	4	2	5
74	4	2	2	2	2	4	4	4
75	4	4	2	1	1	4	3	3
76	3	5	4	2	4	4	5	1
77	5	5	4	4	3	4	5	5
78	4	3	4	2	1	3	2	4
79	3	4	3	4	2	4	4	4
80	4	1	1	4	5	4	1	3
81	3	5	4	2	4	4	5	1
82	4	4	2	2	2	3	4	4
83	5	5	4	4	3	4	5	5
84	4	3	4	2	1	3	2	4
85	3	4	3	4	2	4	4	4
86	3	5	4	5	1	5	4	5
87	3	4	4	3	2	4	4	3
88	3	3	3	2	1	4	2	3
89	3	4	2	2	2	2	2	4
90	3	4	4	5	2	5	3	5
91	4	4	2	1	1	4	3	3
92	3	4	4	4	2	4	4	4
93	3	2	2	2	2	2	4	4
94	5	3	4	4	3	4	5	5
95	3	4	4	4	2	4	3	4
96	3	3	3	2	1	4	2	3
97	3	4	4	5	2	5	3	5
98	5	5	4	5	4	5	4	5
99	5	2	4	2	2	4	2	5
100	4	2	2	2	2	4	4	4
101	4	4	2	1	1	4	3	3
102	3	4	4	4	2	4	4	4
103	2	4	2	2	4	4	4	4
104	5	1	1	4	5	4	1	3
105	3	5	4	2	4	4	5	1
106	4	4	2	2	2	3	4	4
107	5	5	4	5	4	5	4	5
108	3	4	4	4	2	4	4	4

### Case Summaries

	Hed_7	Imp_1	Imp_2	Imp_3	Imp_4	Imp_5	Imp_6	Imp_7
109	2	4	2	2	4	4	4	4
110	5	1	1	4	5	4	1	3
111	4	4	2	2	2	3	4	4
112	5	5	4	5	4	5	4	5
113	5	2	4	2	2	4	2	5
114	4	2	2	2	2	4	4	4
115	2	4	2	2	4	4	4	4
116	3	4	2	2	2	2	2	4
117	2	3	3	2	1	4	2	3
118	5	2	4	2	2	4	2	5
119	3	4	4	4	2	4	4	4
120	3	5	4	2	4	4	5	1
121	5	5	4	4	3	4	5	5
122	2	4	3	4	2	4	4	4
123	4	3	3	4	4	4	4	4
124	5	3	4	4	3	4	5	5
125	3	4	4	5	2	5	3	5
126	3	4	4	3	2	3	4	3
127	3	5	4	4	3	4	2	3
128	3	1	1	4	5	4	1	3
129	4	3	4	2	1	3	2	4
130	4	2	2	2	2	4	4	4
131	4	4	2	1	1	4	3	3
132	3	2	2	2	2	2	4	4
133	4	5	4	5	5	4	5	5
134	3	5	4	4	3	4	2	3
135	3	4	3	2	2	2	2	3
136	5	5	4	5	4	5	4	5
137	2	4	2	2	4	4	4	4
138	5	1	1	4	5	4	1	3
139	2	4	4	4	2	4	3	4
140	5	5	4	5	4	5	4	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 T

Df	10%	5%	DF	10%	5%	Df	10%	5%	DF	10%	5%
1	6.314	12.706	51	1.675	2.008	101	1.660	1.984	151	1.655	1.976
2	2.920	4.303	52	1.675	2.007	102	1.660	1.983	152	1.655	1.976
3	2.353	3.182	53	1.674	2.006	103	1.660	1.983	153	1.655	1.976
4	2.132	2.776	54	1.674	2.005	104	1.660	1.983	154	1.655	1.975
5	2.015	2.571	55	1.673	2.004	105	1.659	1.983	155	1.655	1.975
6	1.943	2.447	56	1.673	2.003	106	1.659	1.983	156	1.655	1.975
7	1.895	2.365	57	1.672	2.002	107	1.659	1.982	157	1.655	1.975
8	1.860	2.306	58	1.672	2.002	108	1.659	1.982	158	1.655	1.975
9	1.833	2.262	59	1.671	2.001	109	1.659	1.982	159	1.654	1.975
10	1.812	2.228	60	1.671	2.000	110	1.659	1.982	160	1.654	1.975
11	1.796	2.201	61	1.670	2.000	111	1.659	1.982	161	1.654	1.975
12	1.782	2.179	62	1.670	1.999	112	1.659	1.981	162	1.654	1.975
13	1.771	2.160	63	1.669	1.998	113	1.658	1.981	163	1.654	1.975
14	1.761	2.145	64	1.669	1.998	114	1.658	1.981	164	1.654	1.975
15	1.753	2.131	65	1.669	1.997	115	1.658	1.981	165	1.654	1.974
16	1.746	2.120	66	1.668	1.997	116	1.658	1.981	166	1.654	1.974
17	1.740	2.110	67	1.668	1.996	117	1.658	1.980	167	1.654	1.974
18	1.734	2.101	68	1.668	1.995	118	1.658	1.980	168	1.654	1.974
19	1.729	2.093	69	1.667	1.995	119	1.658	1.980	169	1.654	1.974
20	1.725	2.086	70	1.667	1.994	120	1.658	1.980	170	1.654	1.974
21	1.721	2.080	71	1.667	1.994	121	1.658	1.980	171	1.654	1.974
22	1.717	2.074	72	1.666	1.993	122	1.657	1.980	172	1.654	1.974
23	1.714	2.069	73	1.666	1.993	123	1.657	1.979	173	1.654	1.974
24	1.711	2.064	74	1.666	1.993	124	1.657	1.979	174	1.654	1.974
25	1.708	2.060	75	1.665	1.992	125	1.657	1.979	175	1.654	1.974
26	1.706	2.056	76	1.665	1.992	126	1.657	1.979	176	1.654	1.974
27	1.703	2.052	77	1.665	1.991	127	1.657	1.979	177	1.654	1.973
28	1.701	2.048	78	1.665	1.991	128	1.657	1.979	178	1.653	1.973
29	1.699	2.045	79	1.664	1.990	129	1.657	1.979	179	1.653	1.973
30	1.697	2.042	80	1.664	1.990	130	1.657	1.978	180	1.653	1.973
31	1.696	2.040	81	1.664	1.990	131	1.657	1.978	181	1.653	1.973
32	1.694	2.037	82	1.664	1.989	132	1.656	1.978	182	1.653	1.973
33	1.692	2.035	83	1.663	1.989	133	1.656	1.978	183	1.653	1.973
34	1.691	2.032	84	1.663	1.989	134	1.656	1.978	184	1.653	1.973
35	1.690	2.030	85	1.663	1.988	135	1.656	1.978	185	1.653	1.973
36	1.688	2.028	86	1.663	1.988	136	1.656	1.978	186	1.653	1.973
37	1.687	2.026	87	1.663	1.988	137	1.656	1.977	187	1.653	1.973
38	1.686	2.024	88	1.662	1.987	138	1.656	1.977	188	1.653	1.973
39	1.685	2.023	89	1.662	1.987	139	1.656	1.977	189	1.653	1.973
40	1.684	2.021	90	1.662	1.987	140	1.656	1.977	190	1.653	1.973
41	1.683	2.020	91	1.662	1.986	141	1.656	1.977	191	1.653	1.972
42	1.682	2.018	92	1.662	1.986	142	1.656	1.977	192	1.653	1.972
43	1.681	2.017	93	1.661	1.986	143	1.656	1.977	193	1.653	1.972
44	1.680	2.015	94	1.661	1.986	144	1.656	1.977	194	1.653	1.972
45	1.679	2.014	95	1.661	1.985	145	1.655	1.976	195	1.653	1.972
46	1.679	2.013	96	1.661	1.985	146	1.655	1.976	196	1.653	1.972
47	1.678	2.012	97	1.661	1.985	147	1.655	1.976	197	1.653	1.972
48	1.677	2.011	98	1.661	1.984	148	1.655	1.976	198	1.653	1.972
49	1.677	2.010	99	1.660	1.984	149	1.655	1.976	199	1.653	1.972
50	1.676	2.009	100	1.660	1.984	150	1.655	1.976	200	1.653	1.972

TABEL DISTRIBUSI F

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