

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

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

4.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan karakteristik jenis kelamin dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah wanita yaitu sebesar 53,9%.
2. Berdasarkan karakteristik usia dapat disimpulkan bahwa mayoritas remaja yang menjadi sampel dalam penelitian ini berusia 15 tahun yaitu sebesar 28,1%.
3. Berdasarkan karakteristik uang saku dalam satu bulan dapat disimpulkan bahwa mayoritas remaja yang menjadi sampel dalam penelitian ini memiliki uang saku antara Rp.500.000 sampai Rp. 1.000.000 yaitu sebesar 42,7%.
4. Hasil analisis regresi secara simultan diperoleh nilai F hitung sebesar 67,876; probabilitas (p) 0,000. Hal ini mengindikasikan bahwa iklan, kelompok bergaul (*peer*), keluarga, dan sikap personal secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian *compulsif* remaja. Besar pengaruh iklan, kelompok bergaul (*peer*), keluarga, dan

sikap personal terhadap perilaku *compulsif* remaja secara simultan sebesar 75,2%.

5. Hasil analisis regresi secara parsial dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Hasil uji regresi secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} faktor iklan media massa (X_1) sebesar 1,585, probabilitas (p) = 0,117. Hal ini berarti bahwa iklan yang ditayangkan baik melalui media elektronik maupun media cetak tidak mempengaruhi remaja untuk melakukan pembelian *compulsif*.
- b. Hasil uji regresi secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} faktor kelompok bergaul atau *peer* (X_2) sebesar 14,039, probabilitas (p) = 0,000. Hal ini berarti bahwa kelompok dimana remaja yang bersangkutan berinteraksi dengan orang lain (teman) memberikan pengaruh bagi remaja yang bersangkutan untuk melakukan pembelian *compulsif*.
- c. Hasil uji regresi secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} faktor keluarga (X_3) sebesar 0,962, probabilitas (p) = 0,339. Hal ini berarti bahwa bahwa perilaku anggota keluarga (ayah, ibu atau saudara) bukan merupakan suatu prediktor yang dapat mempengaruhi atau meningkatkan keputusan seseorang remaja dalam berperilaku *compulsif*.
- d. Hasil uji regresi secara parsial diperoleh nilai t_{hitung} faktor sikap personal (X_4) sebesar 0,778, probabilitas (p) = 0,439. Hal ini berarti bahwa sikap dari masing-masing remaja (sikap personal) tidak mempengaruhi perilaku remaja dalam proses pembelian *compulsif*.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis data pada bab tiga serta kesimpulan di atas maka penulis memberikan saran kepada pihak produsen atau pemasar antara lain adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok bergaul (*peer*) berpengaruh secara signifikan dalam mendorong remaja untuk berperilaku *compulsif*. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku pembelian remaja dipengaruhi oleh lingkungan dimana ia berinteraksi dengan orang lain (teman bergaul atau *peer*). Berdasarkan hal tersebut maka pihak produsen atau pemasar harus dapat melihatnya sebagai suatu peluang yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan produk perusahaan. Produsen atau pemasar dapat menerapkan strategi penjualan produknya dengan jalan menjual produknya secara berkelompok. Sebagai contoh, perusahaan atau pemasar memberikan *discount* (potongan harga) terutama bagi pembelian yang dilakukan secara berkelompok. Cara lain yang dapat dilakukan pihak produsen atau pemasar adalah dengan memberikan *fee* (komisi) bagi mereka/konsumen yang merekomendasikan orang lain untuk membeli produk perusahaan.
2. Faktor iklan, keluarga dan sikap personal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku *compulsif* remaja. Berdasarkan hasil analisis tersebut, pihak pemasar harus dapat memperbaiki atau mengembangkan strategi pemasarannya yang berhubungan dengan iklan, keluarga, dan sikap personal. Pihak produsen atau pemasar harus mengintensifkan

program penjualan promosi produk-produk perusahaan melalui media cetak maupun elektronik, dengan membuat iklan yang menarik. Pihak pemasar juga harus dapat mendesain suatu program atau strategi pemasaran yang mengacu pada peran keluarga dalam pola pengambilan keputusan pembelian. Pihak perusahaan atau pemasar juga harus meningkatkan keputusan pembelian remaja yang bersumber pada faktor sikap personal, sebagai contoh pihak pemasar dapat menggunakan even *valentine days* sebagai waktu yang tepat untuk memberikan suatu kado atau kenangan bagi orang-orang terdekat mereka (remaja).

DAFTAR PUSTAKA

- Blythe.L.L., (1997), *Managing Customer Value*, New York: The Free Press.
- Cooper, Donald R dan C. William Emory., (1997), *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi kelima, Jilid I dan II, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- D' Astous, Alain, Maltais, Julie, dan Roberge Caroline., (1990), *Compulsive Buying Tendencies of Adolescent Consumers*, *Journal of Marketing*, University of Sherbrooke.
- Dajan, Anto., (1991), *Pengantar Metode Statistik*, Jilid II, Penerbit LP3ES, Jakarta.
- Dharmesta, Basu Swastha, dan Irawan., (1990), *Manajemen Pemasaran Modern*, Cetakan Kedua, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Dharmesta, Basu Swastha, dan Hani Handoko T., (2000), *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, Cetakan Kedua, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Hadi, Sutrisno., (1991), *Analisis Butir Untuk Instrumen*, Cetakan V, Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.
- Hair, Joseph F. Jr, Ralp E. Anderson, Ronald L. Tatham, and William C. Black., (2001), *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Acella A.H. Jilid I, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip., (1997), *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong., (1997), *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 2, edidi ketujuh, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta
- Parnel, J., (1995), *The Manager's Guide to Competitive Marketing Strategis*, New York: Amacom.
- Setia Atmaja, Lukas., (1997), *Statistik Bisnis*, Buku 2, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiyono., (2000), *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan kedua, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy., (2002), *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua, Cetakan keenam, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.



LAMPIRAN I
KUISIONER

KUESIONER

I. DATA DEMOGRAFI RESPONDEN

Di bawah ini merupakan pertanyaan mengenai karakteristik demografi. Anda dipersilahkan untuk memberi jawaban dengan memberi tanda silang (X) atau (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah tersedia.

1. Jenis kelamin Anda :

- a. Pria
- b. Wanita

2. Usia anda saat initahun

3. Uang saku Anda dalam satu bulan:

- a. Kurang dari Rp. 500.000.-
- b. Rp. 500.000 .- sampai Rp. 1.000.000,-
- c. Lebih dari Rp. 1.000.000.-

II. FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMBELIAN *COMPULSIVE*

Di bawah ini merupakan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian *compulsive*. Anda dipersilahkan untuk memberi jawaban dengan memberi tanda silang (X) atau (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah tersedia. Keterangan: SS = Sangat Setuju; S = Setuju; CS = Cukup Setuju; TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju.

A	IKLAN MEDIA MASSA	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya sering membeli suatu barang yang diiklankan di televisi.					
2	Saya sering membeli barang yang diiklankan di tabloid atau majalah yang sering saya baca.					
3	Saya sering memiliki keinginan memakai barang-barang yang dipakai oleh artis dalam iklan televisi.					

B	KELOMPOK BERGAUL (<i>PEER</i>)	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya sering membeli barang yang sedang ramai dibicarakan teman-teman.					
2	Saya sering meminta pertimbangan teman pada saat saya akan membeli suatu barang.					
3	Saya sering menunjukkan barang yang saya beli kepada teman-teman saya.					
4	Ketika saya ingin membeli suatu barang, saya ingin tahu apa yang dipikirkan orang lain tentang saya.					
5	Setelah membeli suatu barang, saya selalu membicarakannya dengan teman saya tentang barang yang saya beli tersebut.					
6	Ketika saya pergi berbelanja, saya ingin mencoba untuk mendapatkan barang yang berbeda dari barang yang telah dimiliki teman-teman saya.					

C	KELUARGA	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya selalu meminta pertimbangan keluarga saya (ayah, ibu, saudara) terlebih dahulu sebelum saya membeli suatu barang.					
2	Ada beberapa produk yang Ayah/Ibu tidak dapat untuk berhenti membelinya. (*R)					
3	Ayah/Ibu dan saudara-saudara saya sering membeli barang yang kurang dibutuhkan. (*R)					

D	SIKAP PERSONAL	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya akan membeli suatu barang jika saya benar-benar membutuhkannya, dengan asumsi harga dan kualitas produk sesuai					
2	Saya suka memberikan sesuatu (barang) pada sahabat atau teman dekat saya.					
3	Saya akan membeli produk yang saya sukai walaupun orang lain tidak menyukainya. (*R)					

III. PEMBELIAN COMPULSIVE

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (X) atau (√) untuk setiap pertanyaan berikut ini sesuai dengan pendapat anda. Keterangan: SS = Sangat Setuju; S = Setuju; CS = Cukup Setuju; TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju.

	PEMBELIAN COMPULSIVE	SS	S	CS	TS	STS
1	Ketika saya mempunyai uang, saya selalu ingin segera membelanjakannya sebagian atau seluruh uang tersebut.					
2	Saya sering membeli barang yang saya lihat di toko tanpa rencana, hanya karena saya ingin memilikinya.					
3	Berbelanja adalah cara saya untuk santai dan melupakan masalah yang sedang saya hadapi.					
4	Kadangkala saya merasa ada dorongan yang kuat dari dalam diri saya untuk pergi berbelanja.					
5	Saya sering mengalami keinginan yang kuat untuk membeli saat melihat suatu barang di toko (pakaian, kaset, kosmetik, dll)					
6	Suatu ketika saya merasa bersalah karena telah membeli suatu barang tanpa alasan yang jelas.					
7	Terkadang setelah membeli suatu barang, saya tidak ingin menunjukkannya pada orang lain, karena takut dianggap telah membeli barang yang tidak berguna.					
8	Saya sering mempunyai keinginan yang kuat untuk pergi berbelanja dan membeli sesuatu.					
9	Ketika saya masuk suatu pusat perbelanjaan, saya selalu ingin masuk ke toko dan membeli sesuatu di toko tersebut.					
10	Saya sering membeli barang yang saya tidak butuhkan walaupun saya tahu saat itu uang saya tinggal sedikit.					
11	Saya suka membelanjakan uang yang saya miliki					



LAMPIRAN II

VALIDITAS dan RELIABILITAS

Iklan Media Massa

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of
SCALE	9.8090	4.2699	2.0664	Variables
				3

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
IKLAN_1	6.4944	1.9801	.7007	.4114
IKLAN_2	6.6854	2.1272	.4460	.7397
IKLAN_3	6.4382	2.4081	.4708	.6897

Reliability Coefficients

N of Cases = 89.0 N of Items = 3

Alpha = .7112

Kelompok Bergaul (Peer)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	21.2247	13.5626	3.6827	6

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
PEER_1	17.7978	9.7768	.7038	.8771
PEER_2	17.6180	9.7388	.6807	.8807
PEER_3	17.7978	9.1177	.7397	.8720
PEER_4	17.6966	9.1001	.8126	.8594
PEER_5	17.5506	10.0457	.6777	.8811
PEER_6	17.6629	9.9305	.6832	.8802

Reliability Coefficients

N of Cases = 89.0

N of Items = 6

Alpha = .8939

Keluarga

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	10.6966	2.9183	1.7083	3

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KEL_1	7.1685	1.3917	.6411	.7064
KEL_2	7.1011	1.4328	.6176	.7318
KEL_3	7.1236	1.4732	.6387	.7100

Reliability Coefficients

N of Cases = 89.0 N of Items = 3

Alpha = .7910

Sikap Personal

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	10.8315	3.1645	1.7789	3

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SIKAP_1	7.3034	1.6228	.7263	.8743
SIKAP_2	7.1685	1.5281	.8156	.8001
SIKAP_3	7.1910	1.3154	.7921	.8239

Reliability Coefficients

N of Cases = 89.0 N of Items = 3

Alpha = .8829

Compulsif

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	38.9438	35.1218	5.9264	11

Item-total Statistics

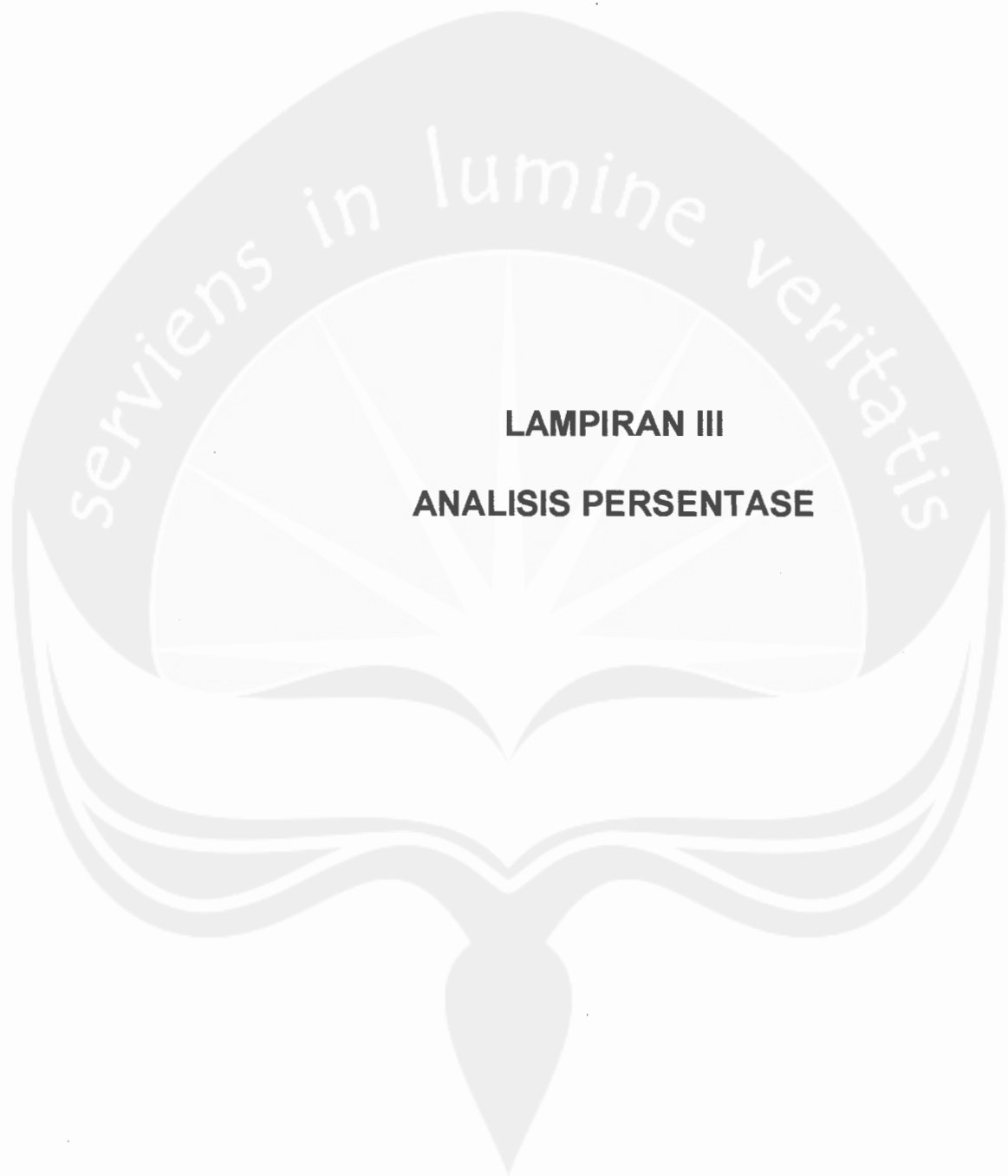
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
COMP_1	35.3371	29.5669	.7490	.9358
COMP_2	35.4494	28.3184	.7937	.9338
COMP_3	35.4045	29.0163	.7550	.9354
COMP_4	35.3820	28.7160	.7412	.9361
COMP_5	35.3820	29.6933	.7211	.9368
COMP_6	35.5056	28.5483	.7841	.9342
COMP_7	35.3596	29.0283	.7805	.9344
COMP_8	35.3483	29.4568	.7179	.9369
COMP_9	35.3708	30.0314	.7181	.9370
COMP_10	35.5169	29.1162	.7237	.9368
COMP_11	35.3820	29.6706	.7247	.9367

Reliability Coefficients

N of Cases = 89.0

N of Items = 11

Alpha = .9413



LAMPIRAN III
ANALISIS PERSENTASE

Frequency Table

Jenis kelamin Anda

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	41	46.1	46.1	46.1
	Perempuan	48	53.9	53.9	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

Usia anda saat ini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	13	3	3.4	3.4	3.4
	14	4	4.5	4.5	7.9
	15	25	28.1	28.1	36.0
	16	22	24.7	24.7	60.7
	17	22	24.7	24.7	85.4
	18	13	14.6	14.6	100.0
	Total	89	100.0	100.0	

Uang saku Anda dalam satu bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari Rp. 500.000	41	46.1	46.1	46.1
	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	38	42.7	42.7	88.8
	Lebih dari Rp. 1.000.000	10	11.2	11.2	100.0
	Total	89	100.0	100.0	



Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sikap Personal, Kelompok Bergaul, Iklan , Keluarga		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Compulsif

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.874 ^a	.764	.752	.2680

a. Predictors: (Constant), Sikap Personal, Kelompok Bergaul, Iklan , Keluarga

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.508	4	4.877	67.876	.000 ^a
	Residual	6.035	84	7.185E-02		
	Total	25.543	88			

a. Predictors: (Constant), Sikap Personal, Kelompok Bergaul, Iklan , Keluarga

b. Dependent Variable: Compulsif

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.664	.264		2.518	.014
	Iklan	7.235E-02	.046	.093	1.585	.117
	Kelompok Bergaul	.721	.051	.822	14.039	.000
	Kelurga	.117	.121	.123	.962	.339
	Sikap Personal	-.091	.117	-.100	-.778	.439

a. Dependent Variable: Compulsif



LAMPIRAN V
DATA JAWABAN RESPONDEN

Case Summaries

	Jenis kelamin Anda	Usia anda saat ini	Uang saku Anda dalam satu bulan	IKLAN_1	IKLAN_2	IKLAN_3	PEER_1	PEER_2	PEER_3
1	1	13	2	2	4	3	2	4	2
2	1	16	1	3	3	4	4	3	3
3	2	13	2	4	4	4	4	4	4
4	2	14	2	4	5	3	4	4	3
5	2	15	1	3	3	3	3	3	3
6	2	15	2	3	2	4	5	4	5
7	2	15	1	3	3	3	3	4	4
8	2	16	2	4	4	4	4	4	4
9	1	17	1	4	5	4	4	4	5
10	2	17	1	4	4	4	4	5	3
11	2	16	3	3	2	4	2	2	1
12	2	18	2	4	3	4	3	3	3
13	2	15	1	3	2	3	3	4	3
14	1	15	1	3	2	3	5	4	5
15	2	15	2	2	2	4	3	3	3
16	1	15	1	4	3	4	4	5	3
17	2	15	1	3	2	4	1	2	2
18	2	16	1	3	3	3	3	3	3
19	1	17	1	3	2	3	3	4	3
20	1	17	1	5	5	5	5	5	4
21	2	15	1	4	4	3	4	4	4
22	1	15	2	4	3	5	4	4	4
23	1	16	1	3	3	3	3	4	4
24	1	16	2	4	4	4	4	4	3
25	2	16	2	3	3	3	3	4	4
26	2	17	3	4	4	3	4	4	4
27	2	18	2	2	2	2	2	2	2
28	2	17	2	3	2	3	3	4	3
29	1	18	2	3	4	3	3	3	3
30	1	17	1	2	2	2	2	1	1
31	2	17	2	3	3	3	3	2	3
32	2	16	2	4	3	4	4	4	3
33	1	14	2	3	2	2	5	5	4
34	1	14	1	3	2	3	4	4	4
35	2	15	1	5	3	3	4	4	4
36	1	15	2	3	2	4	3	3	3
37	2	15	1	2	1	2	2	2	3
38	2	16	2	3	3	3	3	4	2
39	1	15	1	3	3	3	4	4	4
40	1	17	1	4	4	4	4	5	5
41	2	16	3	3	1	5	5	4	5
42	1	17	1	4	3	3	3	3	3
43	2	15	3	4	4	3	4	4	4
44	2	15	1	4	4	4	4	4	4
45	1	13	2	2	2	3	3	3	2
46	1	15	2	3	3	3	3	4	3
47	1	14	3	4	5	3	4	4	4
48	1	16	1	4	4	3	4	4	4
49	2	18	2	4	4	4	4	5	3
50	1	15	1	3	3	3	4	4	5
51	2	16	1	1	1	1	3	3	2
52	2	17	1	4	3	5	3	4	4
53	2	17	1	3	2	5	3	3	2
54	2	17	1	4	4	4	3	4	4

Case Summaries

	Jenis kelamin Anda	Usia anda saat ini	Uang saku Anda dalam satu bulan	IKLAN_1	IKLAN_2	IKLAN_3	PEER_1	PEER_2	PEER_3
55	2	18	2	3	5	4	4	4	3
56	1	16	3	3	3	3	3	4	3
57	1	16	2	3	3	3	4	4	4
58	2	17	3	4	3	3	3	2	4
59	1	17	2	3	3	3	3	3	2
60	2	18	3	3	3	3	3	3	3
61	2	17	2	4	4	3	4	4	4
62	1	18	3	4	4	4	3	3	3
63	2	17	1	2	2	2	4	4	4
64	1	16	1	3	3	3	3	3	3
65	1	18	2	4	3	3	3	3	3
66	2	15	2	4	3	5	3	4	4
67	1	15	2	5	3	4	4	4	4
68	2	18	2	3	2	4	3	3	4
69	2	17	1	4	4	3	3	4	4
70	1	15	1	4	3	4	4	4	4
71	2	16	2	3	5	4	3	4	4
72	2	15	1	3	3	3	4	4	4
73	1	18	2	1	2	1	4	4	4
74	2	17	3	2	3	3	3	3	3
75	2	16	2	3	4	3	3	3	3
76	1	16	1	3	4	3	3	3	3
77	2	18	2	2	4	3	4	4	4
78	2	16	1	2	3	3	3	3	3
79	1	16	1	4	3	4	4	4	3
80	2	15	1	4	3	4	4	4	4
81	1	15	1	4	4	4	3	4	4
82	1	18	2	3	3	3	3	3	4
83	1	17	2	3	3	3	3	4	4
84	1	17	1	5	3	5	3	3	3
85	1	17	2	3	3	4	4	3	3
86	1	16	1	4	4	4	3	3	3
87	2	18	2	4	3	3	3	3	4
88	1	15	1	3	2	2	4	4	4
89	2	16	2	4	5	3	3	4	3

Case Summaries

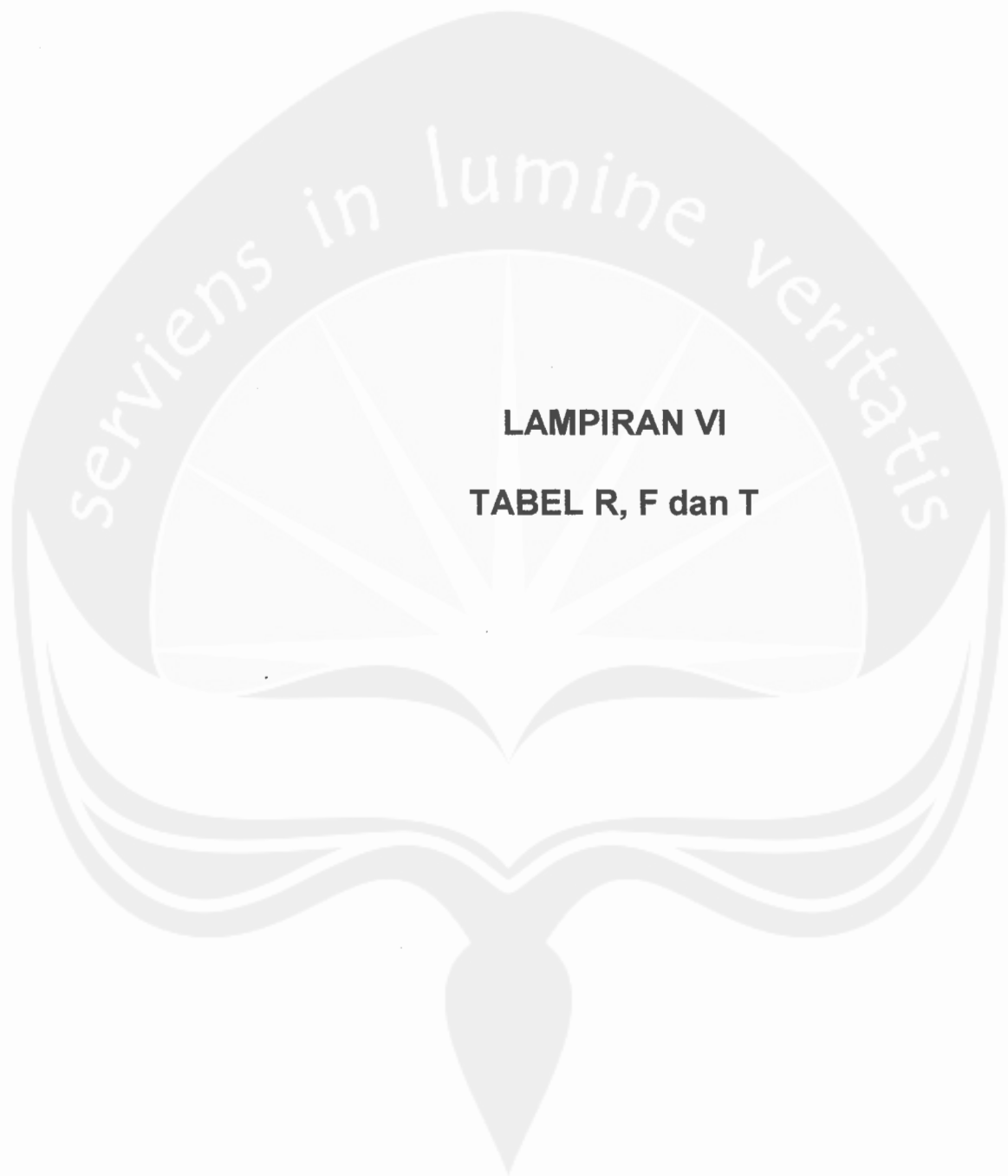
	PEER_4	PEER_5	PEER_6	KEL_1	KEL_2	KEL_3	SIKAP_1	SIKAP_2	SIKAP_3	COMP_1
55	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
56	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	4	2	2	3	3	3	3	3	4
59	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3
61	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
62	3	3	3	3	5	4	4	4	4	3
63	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4
66	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
67	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
68	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
70	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
71	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
72	3	4	4	3	2	4	3	3	3	4
73	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
75	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
76	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
77	4	4	5	4	3	3	3	3	3	4
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
79	5	4	5	3	4	4	3	4	3	4
80	4	4	5	3	3	4	2	4	3	4
81	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4
82	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3
83	4	5	3	3	4	2	3	3	3	3
84	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
85	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
86	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4
87	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3
88	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
89	3	3	3	5	4	4	4	5	5	3

Case Summaries

	COMP_2	COMP_3	COMP_4	COMP_5	COMP_6	COMP_7	COMP_8	COMP_9	COMP_1_0	COMP_1_1
1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2
2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	2	3	2	4	2	3	2	4	2	3
12	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
13	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
14	4	4	4	5	4	5	5	5	3	5
15	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	1	3	3	4	1	3	3	4	1	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3
20	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4
21	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4
26	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
27	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
28	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
31	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3
32	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
33	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
37	2	2	1	2	2	2	3	3	3	3
38	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
42	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
43	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
44	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
45	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
49	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4
50	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
51	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
52	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
54	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4

Case Summaries

	COMP_2	COMP_3	COMP_4	COMP_5	COMP_6	COMP_7	COMP_8	COMP_9	COMP_1 0	COMP_1 1
55	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	3	2	4	4	3	2	4	4	3	2
59	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
60	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
61	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
64	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
65	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5
66	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
69	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
70	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
71	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
72	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
73	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3
77	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
78	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
79	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
82	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3
83	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5
84	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
85	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
86	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
88	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
89	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3



LAMPIRAN VI
TABEL R, F dan T

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

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

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