

BAB V

PENUTUP

Pada bab lima ini memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Akan dipaparkan juga mengenai implikasi bagi pihak manajerial dan saran serta penjelasan keterkaitan penelitian. Hal-hal tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini memberikan kesimpulan atas topik yang telah diangkat mengenai analisis pengaruh keterkaitan, sikap, serta konten terhadap efektivitas iklan di YouTube. Adapun variabel terpilih adalah sebagai berikut keterkaitan, sikap, konten iklan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah variabel keterkaitan, sikap, dan konten iklan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap efektivitas iklan YouTube.

Berdasarkan pada hasil penelitian ini menjelaskan pada variabel keterkaitan dinyatakan tidak memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap efektivitas iklan YouTube. Hal ini dikarenakan kurangnya antusias sebagian besar pengguna YouTube. Nilai keterkaitan pengguna YouTube semakin rendah karena iklan YouTube cenderung dirasa mengganggu. Pengguna lebih memilih untuk melewati iklan dan tidak mempertimbangkan pembelian suatu produk hanya berdasarkan pada iklan YouTube.

Berbeda dengan variabel sikap dan konten iklan yang ternyata dinyatakan memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap efektivitas iklan YouTube. Seringnya konten iklan dianggap mengganggu dan pengguna cenderung melewati iklan seperti yang dijabarkan variabel keterkaitan. Namun tidak jarang konten iklan YouTube berhasil menyampaikan makna produk dan mengemas iklan menjadi suatu iklan yang menarik. Hal tersebut mampu memunculkan sikap dan respon positif oleh pengguna terhadap iklan YouTube. Sikap dan respon positif tersebut dapat mendukung efektivitas iklan YouTube. Pada penelitian ini juga ditemukan bahwa tidak adanya perbedaan yang signifikan antara pengguna pria maupun pengguna wanita baik dari aspek keterkaitan, sikap, dan konten iklan terhadap efektivitas iklan YouTube.

5.2 Implikasi Manajerial

Hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis pengaruh keterkaitan, sikap, serta konten terhadap efektivitas iklan di YouTube diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan. Adapun implikasi manajerial dalam penelitian ini diringkas yaitu sebagai berikut:

- a. Pada penelitian ini ditemukan bahwa sikap memiliki pengaruh signifikan terhadap efektivitas iklan YouTube. Pengguna memiliki sikap positif dengan menghargai iklan YouTube secara keseluruhan. Pengiklan diharapkan untuk selalu memperhatikan segala aspek dari iklan manfaat yang terkandung yang nantinya dapat memunculkan sikap positif dari pengguna YouTube.

- b. Ditemukan bahwa konten iklan YouTube dirasa bermanfaat namun memiliki durasi yang terlalu panjang. Pengiklan maupun pembuat konten diharapkan untuk terus mengeksplorasi agar dapat menarik sikap pengguna terhadap produk yang mereka tawarkan. Tidak melulu sebuah iklan itu hanya fokus kepada produk saja tanpa memikirkan *audiensnya*. Sebagai contoh di Indonesia banyak pengguna yang menyukai konten iklan dengan nuansa humor. Selain itu, apa yang sedang *trend* bisa digabungkan dengan nuansa humor dan tentunya mempertimbangkan kembali durasi iklan YouTube yang akan ditayangkan.

5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dalam pelaksanaan yang mempengaruhi hasil akhir dari penelitian yaitu sebagai berikut:

- a. Variabel independen pada penelitian ini baru memprediksi 35% perubahan pada efektivitas iklan di YouTube, disarankan untuk penelitian selanjutnya agar menambahkan variabel lain untuk meningkatkan nilai perubahan penelitian tersebut. Maka, peneliti selanjutnya dapat menarik variabel lain seperti pengembangan dari variabel sikap yang disebut karakteristik afektif pada jurnal Campbell *et al.* (2017), penempatan produk serta penentuan durasi pada jurnal Qolbi *et al.* (2014).
- b. Pendistribusiin kuisisioner dilakukan melalui distribusi online. Sehingga unsur repetisi (pengisian berulang kali) dalam pengisian kuisisioner oleh responden tidak dapat dipastikan sesuai dengan kondisi yang dirasakan atau di alami sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah and Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Arumugam and Ern Cher. (2019). "The Factors Affecting the Effectiveness of Online."
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Australian Journal Science. 2014. *Australian Journal of Basic and Applied Science*. Ajbасweb. Juli 25. Accessed Mei 11, 2020. www.ajbasweb.com.
- Bielski (2008). "Measuring Customer Engagement ."
- BOC. 2019. *BOCIndonesia*. Februari 24. Accessed September 10, 2019. <https://www.boc.web.id/statistik-pengguna-digital-dan-internet-indonesia-2019/>.
- Brannan (2004). *Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PPM.
- Dessart, *et al.*,(2015) "Consumer engagement in online brandcommunities: a social media perspective."
- DUCOFFE (1996). "advertising value and advertising on the web."

Ghozali (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19* .

Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

HeroSoftMedia. (2017). "Apa itu efektivitas iklan." HeroSoftMedia. Oktober 18.

Accessed Maret 04, 2020. <https://www.herosoftmedia.co.id/apa-itu-efektivitas-iklan/>.

Hinet. (2019). Maret 12. Accessed September 10, 2019.

<https://www.hinet.co.id/media-sosial-yang-terbanyak-diakses-orang-indonesia-siapa-nomor-1/>.

inet.detik.com. (2019). Juni 21. Accessed September 10, 2019.

<https://inet.detik.com/telecommunication/d-4594890/ini-negara-asia-tenggara-pertama-yang-gulirkan-5g>.

Kemenkominfo. n.d. Accessed September 10, 2019.

https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Kominfo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/0/berita_satker.

Kompas.com. (2020). *pengguna-youtube-di-indonesia-doyan-nonton-iklan-humor*.

Kompas.com. 01 30. Accessed 05 09, 2020.

<https://tekno.kompas.com/read/2020/01/30/18134987/pengguna-youtube-di-indonesia-doyan-nonton-iklan-humor>.

Kompasiana. (2018). *Media Sosial sebagai Media Promosi Masa Kini*. Kompasiana .

Juli 15. Accessed Februari 27, 2020.

<https://www.kompasiana.com/hadiprasetyo9292/5b4a38eef133440e266eb1e4/media-sosial-sebagai-media-promosi-masa-kini?page=2>.

Kompasiana.com. (2018). September 12. Accessed September 23, 2019.

<https://www.kompasiana.com/mariarosarikrisdyahayu6905/5b981cd312ae9437ca69f295/sejarah-internet-dan-perkembangan-media-sosial-di-indonesia-dari-friendster-hingga-snapchat?page=all>.

Kotler and Armstrong. (2016). *Principles of Marketing; Sixteenth Edition*. Pearson education.

Kumparan.com. (2018). "Agar Dilirik Orang, Begini Cara Membuat Iklan yang Menarik ." *Agar Dilirik Orang, Begini Cara Membuat Iklan yang Menarik*.

Kumparan.com. Februari 05. Accessed Maret 04, 2020.
<https://kumparan.com/kumparanbisnis/agar-dilirik-orang-begini-cara-membuat-iklan-yang-menarik>.

Lu (2013). "Pengaruh Attitude Toward Advertising Terhadap Consumer Purchase Intention: Socioeconomic Factors Sebagai Variabel."

Maxmanroe.com. n.d. *Metode penelitian*. Maxmanroe.com. Accessed Maret 10, 2020.
<https://www.maxmanroe.com/vid/umum/metode-penelitian.html>.

Mitologimedia Content Marketing. (2016). *Jenis-jenis konten dalam Content Marketing*. Mitologimedia. June 28. Accessed Februari 27, 2020.

<https://www.mitologimedia.com/panduan/jenis-jenis-konten-dalam-content-marketing/>.

Nugraha (2018). "10 Tips Strategi Meningkatkan Engagement Media Sosial."

Tuhunugraha.com. Accessed Maret 04, 2020.

<http://www.tuhunugraha.com/digital-strategy/2018/07/07/10-tips-strategi-meningkatkan-engagement-media-sosial/>.

Panduanim.com. n.d. *Apa itu Content Marketing? - Pengertian Pemasaran Konten*.

Panduanim.com. Accessed Maret 09, 2020. <http://panduanim.com/apa-itu-content-marketing/>.

Patil (2014). "AUDIENCE ATTITUDE TOWARDS ADVERTISEMENTS."

Rahayuningsih (2008). "Academia.edu." Accessed Maret 03, 2020.

https://www.academia.edu/10360266/Psikologi_Umum_2_Bab_1_Sikap_Attitude_1?auto=download.

Sarwono (2013). *12 Jurus Ampuh SPSS untuk Riset Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media

Komputindo.

Sekaran and Bougie. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.

Shen. (2014). "Users' Attitude towards Skippable Ads on YouTube ."

Statiskian. (2017). *Penjelasan Teknik Purposive Sampling Lengkap Detail*. Statiskian.

Juni 2. Accessed Mei 11, 2020.

<https://www.statistikian.com/2017/06/penjelasan-teknik-purposive-sampling.html>.

studioantelope.com. (2018). *Jenis-jenis iklan Youtube yang perlu kamu ketahui*.

Studioantelope.com. Januari 15. Accessed Maret 09, 2020.

<https://studioantelope.com/5-jenis-iklan-youtube/>.

Suwartono. (2014). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Tai and Shao Chang. (2004). "The Causal Model of Internet Advertising Effectiveness."

TribunTechno.com. (2019). Juni 19. Accessed September 09, 2019.

Van Doorn *et al.*, (2010). "Customer Engagement Behavior: Theoretical Foundations and Research Directions ."

Verma (2016). "Study on the Effect and Behavior of People Toward YouTube."

Wang *et al.*, (2009). "Examining beliefs and attitudes toward online advertising among Chinese consumers ." (Emerald) 3 (No 1).

Websindo.com. (2019). januari. Accessed September 23, 2019.

<https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>.

Wilopo and Pangestuti. (2017) . "Pengaruh Efektivitas Iklan Online Terhadap Minat Berkunjung Serta Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung Wisatawan Mancanegara Ke DKI Jakarta."

Wyzowl. n.d. *6 Ingredients of GREAT Pre-Roll Ads (With Examples)* - Wyzowl.

Wyzowl. Accessed Mei 8, 2020. <https://www.wyzowl.com/pre-roll-ads/>.





SURAT PENGANTAR KUISIONER

Kepada Yth,

Saudara/i

di tempat

Bersama dengan ini, saya mengharapkan kesediaan Saudara/I untuk meluangkan waktu membantu penelitian saya dengan mengisi kuisisioner ini. Adapun identitas peneliti adalah sebagai berikut:

Nama : Dewa Gede Debby Sastrawan

NPM : 15 03 21798

Program Studi : Ekonomi Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Fakultas : Bisnis dan Ekonomika

Universitas : Atma Jaya Yogyakarta

Guna penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan tugas akhir atau skripsi Sarjana Ekonomi pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Atas kesediaan waktu yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Dewa Gede Debby Sastrawan

I.IDENTITAS RESPONDEN

Berikut ini adalah kuisisioner mengenai karakteristik demografi dari responden. Untuk menjawab pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda cek list atau silang pada salah satu alternative jawaban yang telah disediakan sesuai dengan karakteristik saat ini.

1. Jenis Kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Pendidikan terakhir:
 - a. SMA
 - b. S1
 - c. Lainnya ...
3. Apakah anda pernah melihat Iklan pada saat menonton konten pada Youtube?
 - a. Ya (Lanjut ke pertanyaan berikut)
 - b. Tidak (Berhenti disini)
4. Kapan terakhir kali melihat iklan di Youtube?
 - a. < 1 minggu
 - b. 1 sampai 2 minggu
 - c. > 2 minggu

II.DAFTAR PERTANYAAN

Berikut dibawah ini adalah kuesioner penelitian. Untuk menjawab pertanyaan dengan memberi tanda cek list \surd atau tanda silang \times pada salah satu alternative jawaban yang telah diberikan.

STS=Sangat Tidak Setuju; TS=Tidak Setuju; N=Netral; S=Setuju; SS=Sangat Setuju

Keterkaitan

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya selalu melewatkan iklan Youtube setelah beberapa detik pertama (R)					
2	Saya hanya menonton iklan Youtube ketika saya tertarik dengan produk atau layanan (R)					
3	Saya hanya menonton iklan jika saya kenal dengan merek, produk atau layanan (R)					
4	Saya akan mencari informasi lebih lanjut tentang produk karena iklan Youtube					
5	Saya dapat membuat keputusan terkait produk mengenai merek atau produk berdasarkan informasi yang disajikan dalam iklan Youtube					

Sikap

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya menemukan iklan di Youtube mengganggu (R)					
2	Saya menemukan iklan di Youtube menjengkelkan (R)					
3	Saya menemukan iklan di Youtube bermanfaat					
4	Saya menemukan iklan di Youtube memuaskan					
5	Saya menghargai iklan Youtube secara umum					

Konten Iklan

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Iklan Youtube memberikan informasi tepat waktu tentang produk atau layanan					
2	Iklan Youtube terlalu panjang					
3	Sebagian besar iklan Youtube tidak menarik					
4	Sebagian besar iklan Youtube tidak terkait dengan saya (R)					

Efektifitas Iklan Youtube

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Periklanan Youtube dapat menciptakan kesadaran saya terhadap produk atau layanan yang diiklankan					
2	Iklan Youtube dapat meningkatkan minat saya terhadap produk atau layanan yang diiklankan					
3	Iklan Youtube memberi saya perasaan positif terhadap produk atau layanan					
4	Beriklan di Youtube membantu mendapatkan respons saya yang menguntungkan terhadap merek produk atau layanan					
5	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli produk atau layanan berdasarkan konten pada iklan dari Youtube					



Validitas: Variabel Keterkaitan

Correlations

		QK1	QK2	QK3	QK4	QK5	TQK
QK1	Pearson Correlation	1	.515**	.284	.149	.125	.724**
	Sig. (2-tailed)		.004	.128	.432	.509	.000
	N	30	30	30	30	30	30
QK2	Pearson Correlation	.515**	1	.355	-.021	.112	.696**
	Sig. (2-tailed)	.004		.054	.914	.557	.000
	N	30	30	30	30	30	30
QK3	Pearson Correlation	.284	.355	1	-.042	-.075	.556**
	Sig. (2-tailed)	.128	.054		.824	.692	.001
	N	30	30	30	30	30	30
QK4	Pearson Correlation	.149	-.021	-.042	1	.537**	.493**
	Sig. (2-tailed)	.432	.914	.824		.002	.006
	N	30	30	30	30	30	30
QK5	Pearson Correlation	.125	.112	-.075	.537**	1	.498**
	Sig. (2-tailed)	.509	.557	.692	.002		.005
	N	30	30	30	30	30	30
TQK	Pearson Correlation	.724**	.696**	.556**	.493**	.498**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.006	.005	
	N	30	30	30	30	30	30

Validitas: Variabel Sikap

		Correlations					
		QS1	QS2	QS3	QS4	QS5	TQS
QS1	Pearson Correlation	1	.765**	.301	.321	.269	.740**
	Sig. (2-tailed)		.000	.106	.083	.151	.000
	N	30	30	30	30	30	30
QS2	Pearson Correlation	.765**	1	.463**	.422*	.416*	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000		.010	.020	.022	.000
	N	30	30	30	30	30	30
QS3	Pearson Correlation	.301	.463**	1	.491**	.643**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.106	.010		.006	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
QS4	Pearson Correlation	.321	.422*	.491**	1	.256	.644**
	Sig. (2-tailed)	.083	.020	.006		.173	.000
	N	30	30	30	30	30	30
QS5	Pearson Correlation	.269	.416*	.643**	.256	1	.689**
	Sig. (2-tailed)	.151	.022	.000	.173		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TQS	Pearson Correlation	.740**	.855**	.768**	.644**	.689**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

Validitas: Variabel Konten Iklan

		Correlations					
		QK1	QK2	QK3	QK4	QK5	TQKI
QK1	Pearson Correlation	1	.594**	-.081	.089	.000	.449*
	Sig. (2-tailed)		.001	.671	.641	1.000	.013
	N	30	30	30	30	30	30
QK2	Pearson Correlation	.594**	1	-.183	.068	-.111	.346
	Sig. (2-tailed)	.001		.332	.721	.558	.061
	N	30	30	30	30	30	30
QK3	Pearson Correlation	-.081	-.183	1	.571**	.397*	.715**
	Sig. (2-tailed)	.671	.332		.001	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30
QK4	Pearson Correlation	.089	.068	.571**	1	.156	.731**
	Sig. (2-tailed)	.641	.721	.001		.411	.000
	N	30	30	30	30	30	30
QK5	Pearson Correlation	.000	-.111	.397*	.156	1	.546**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.558	.030	.411		.002
	N	30	30	30	30	30	30
TQKI	Pearson Correlation	.449*	.346	.715**	.731**	.546**	1
	Sig. (2-tailed)	.013	.061	.000	.000	.002	
	N	30	30	30	30	30	30

Validitas: Variabel Efektivitas Iklan YouTube

		Correlations					
		QE1	QE2	QE3	QE4	QE5	TQE
QE1	Pearson Correlation	1	.582**	.609**	.701**	.562**	.856**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
QE2	Pearson Correlation	.582**	1	.544**	.586**	.381*	.749**
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.001	.038	.000
	N	30	30	30	30	30	30
QE3	Pearson Correlation	.609**	.544**	1	.458*	.443*	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.011	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30
QE4	Pearson Correlation	.701**	.586**	.458*	1	.700**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.011		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
QE5	Pearson Correlation	.562**	.381*	.443*	.700**	1	.794**
	Sig. (2-tailed)	.001	.038	.014	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TQE	Pearson Correlation	.856**	.749**	.758**	.855**	.794**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

Reliabilitas: Variabel Keterkaitan

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.732	6

Reliabilitas: Variabel Sikap

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.791	6

Reliabilitas: Variabel Konten Iklan

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.718	6

Reliabilitas: Variabel Efektivitas Iklan YouTube

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	6





Hasil Analisis Mean Indikator Variabel

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
QK1	2.49	1.413	213
QK2	2.49	1.538	213
QK3	2.80	1.325	213
QK4	3.15	1.328	213
QK5	3.13	1.258	213
TQK	14.06	4.584	213

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
QS1	2.63	1.349	213
QS2	2.72	1.315	213
QS3	3.41	1.160	213
QS4	3.29	1.081	213
QS5	3.57	1.158	213
TQS	15.62	4.312	213

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
QK11	3.24	1.123	213
QK12	3.24	1.340	213
QK13	3.11	1.261	213
QK14	2.97	1.270	213
TQK1	12.57	3.002	213

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
QE1	3.53	1.097	213
QE2	3.46	1.034	213
QE3	3.40	1.071	213
QE4	3.47	1.035	213
QE5	3.39	1.138	213
TQE	17.25	4.572	213

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda terhadap Efektivitas Iklan YouTube, Uji f, dan Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.844	1.271		3.811	.000
	KETERKAITAN	.111	.069	.111	1.611	.109
	SIKAP	.487	.075	.459	6.527	.000
	KONTEN IKLAN	.258	.088	.169	2.932	.004

a. Dependent Variable: EFEKTIVITAS IKLAN YOUTUBE

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1632.018	3	544.006	40.609	.000 ^b
	Residual	2799.794	209	13.396		
	Total	4431.812	212			

a. Dependent Variable: EFEKTIVITAS IKLAN YOUTUBE

b. Predictors: (Constant), KONTEN IKLAN, KETERKAITAN, SIKAP



Hasil Analisis Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin

		Descriptives							
		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
KETERKAITAN	LAKI-LAKI	134	14.23	4.497	.388	13.46	15.00	5	25
	PEREMP	80	13.74	4.719	.528	12.69	14.79	5	25
	UAN								
	Total	214	14.05	4.577	.313	13.43	14.66	5	25
SIKAP	LAKI-LAKI	134	15.54	4.272	.369	14.81	16.27	5	25
	PEREMP	80	15.78	4.383	.490	14.80	16.75	5	25
	UAN								
	Total	214	15.63	4.305	.294	15.05	16.21	5	25
KONTEN IKLAN	LAKI-LAKI	134	12.31	2.579	.223	11.87	12.75	4	20
	PEREMP	80	13.00	3.561	.398	12.21	13.79	5	20
	UAN								
	Total	214	12.57	2.995	.205	12.16	12.97	4	20
EFEKTIVITAS	LAKI-LAKI	134	17.14	4.428	.383	16.39	17.90	5	25
	PEREMP	80	17.46	4.808	.538	16.39	18.53	6	25
	UAN								
	Total	214	17.26	4.565	.312	16.65	17.88	5	25

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KETERKAITAN	Between Groups	12.217	1	12.217	.582	.446
	Within Groups	4449.316	212	20.987		
	Total	4461.533	213			
SIKAP	Between Groups	2.655	1	2.655	.143	.706
	Within Groups	3945.181	212	18.609		
	Total	3947.836	213			
KONTEN IKLAN	Between Groups	24.129	1	24.129	2.712	.101
	Within Groups	1886.455	212	8.898		

	Total	1910.584	213			
EFEKTIVITAS	Between Groups	5.152	1	5.152	.246	.620
	Within Groups	4434.193	212	20.916		
	Total	4439.346	213			





Dataset Untuk Validitas, Reliabilitas, Regresi Linear Berganda, Serta Uji Beda

QK1	QK2	QK3	QK4	QK5	TQK	QS1	QS2	QS3	QS4	QS5	TQS	QK11	QK13	QK14	QK15	TQK1	QE1	QE2	QE3	QE4	QE5	TQE		
1	1	1		4	3	10	1	1	3	3	1	9	2	1	1	1	5	2	2	2	2	1	9	P
2	1	2		2	2	9	2	2	2	2	2	10	2	2	4	2	10	2	2	2	2	2	10	L
3	1	3		3	4	14	3	3	3	3	3	15	3	5	4	4	16	3	3	3	3	3	15	P
4	5	4		2	4	19	5	5	5	5	3	23	4	1	1	4	10	4	5	5	5	4	23	L
2	2	4		2	4	14	2	2	4	2	4	14	4	2	4	2	12	4	4	4	2	1	15	L
1	1	3		3	3	11	1	1	3	4	3	12	3	5	5	5	18	3	3	3	3	5	17	P
2	2	3		4	2	13	1	1	2	2	3	9	2	3	3	3	11	2	2	3	3	5	15	L
1	1	4		3	4	13	2	4	2	2	2	12	3	5	2	4	14	4	4	4	4	4	20	L
1	1	2		2	1	7	1	1	2	3	3	10	2	4	5	2	13	2	3	2	3	2	12	L
1	1	1		5	5	13	1	5	5	5	5	21	2	2	3	5	12	2	4	3	2	4	15	L
2	4	3		2	3	14	3	3	4	4	4	18	3	2	3	4	12	3	4	2	3	2	14	P
2	1	2		4	4	13	3	3	2	3	2	13	2	1	3	3	9	2	3	3	2	13	P	
5	4	3		3	3	18	4	4	3	3	5	19	4	4	4	3	15	4	3	3	3	3	16	P
1	4	4		5	4	18	1	1	4	4	3	13	3	1	1	1	6	4	4	4	4	4	20	L
1	1	5		1	3	11	1	1	1	3	2	8	2	4	5	1	12	2	3	2	3	2	12	L
2	1	2		3	3	11	2	2	2	2	3	11	2	1	2	3	8	2	3	3	2	2	12	L
1	3	5		1	1	11	2	2	4	4	5	17	1	5	5	3	14	3	3	3	3	3	15	L
2	2	2		2	3	11	2	3	4	3	4	16	4	2	4	2	12	4	4	4	3	3	18	P
5	1	3		3	3	15	3	3	3	3	4	16	3	5	5	4	17	3	3	4	3	3	16	P
1	3	1		2	4	11	1	1	2	2	4	10	4	3	4	2	13	4	2	4	3	3	16	L
2	1	5		4	4	16	2	2	2	2	2	10	4	1	3	4	12	4	4	1	4	4	17	L
2	1	2		4	3	12	4	4	4	4	4	20	4	1	1	2	8	4	4	4	5	5	22	L
4	5	5		3	3	20	4	4	3	2	3	16	4	4	5	3	16	3	3	3	2	3	14	P
5	5	5		6	4	24	4	4	5	4	5	22	5	5	4	5	19	5	4	5	4	5	23	P
2	2	4		4	2	14	2	4	4	2	4	16	2	4	2	2	10	4	4	3	4	4	19	P
1	1	1		1	1	5	1	1	3	2	3	10	3	5	5	5	18	4	5	4	4	4	21	P
3	1	5		5	3	17	3	5	5	4	5	22	5	4	3	3	15	5	4	4	4	5	22	P
1	1	5		2	2	11	1	1	4	3	2	11	4	2	2	2	10	4	2	2	4	4	16	L
1	1	1		5	5	13	1	1	5	1	5	13	1	5	1	5	12	5	5	5	5	5	25	L
5	3	3		3	3	17	1	1	3	3	3	11	3	3	3	1	10	3	3	3	3	3	15	L
1	1	1		1	3	7	3	3	3	4	4	17	3	4	3	3	13	3	4	3	3	4	17	L
4	3	3		3	4	17	4	4	5	4	4	21	3	2	3	4	12	4	3	4	4	3	18	L
2	2	2		2	2	10	2	2	4	4	4	16	4	4	4	2	14	4	4	4	4	4	20	L
1	1	2		2	4	10	1	1	4	4	3	13	4	4	4	2	14	4	4	4	4	4	20	L
1	3	3		3	3	13	2	3	3	3	2	13	3	3	2	2	10	3	3	3	3	3	15	L
5	4	3		2	2	16	3	3	4	4	4	18	4	3	3	3	13	4	3	4	4	3	18	L
5	5	4		2	2	18	5	4	3	3	4	19	3	5	3	2	13	3	4	4	4	4	19	P
4	2	2		4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	2	4	2	12	4	4	4	4	4	20	L
3	3	1		2	2	11	3	3	2	2	2	12	2	3	3	3	11	2	2	2	2	2	10	L
2	5	3		4	2	16	4	4	4	4	4	20	2	3	2	4	11	2	3	3	2	2	12	L
4	5	2		4	1	16	4	4	3	3	4	18	3	4	4	3	14	3	4	3	5	4	19	L
1	4	2		1	1	9	3	2	5	4	4	18	3	1	5	4	13	4	4	4	3	3	18	L
3	4	4		4	4	19	4	4	4	4	3	19	3	3	4	3	13	4	3	3	3	4	17	L
4	4	2		1	1	12	3	2	3	2	3	13	3	3	3	2	11	2	3	3	3	3	14	L
1	2	4		3	3	13	1	1	3	3	3	11	3	5	2	1	11	3	3	4	3	3	16	P
2	2	2		1	3	10	2	2	1	1	3	9	3	2	2	3	10	2	1	2	2	3	10	P
2	3	2		1	3	11	2	3	4	5	3	17	3	3	2	1	9	3	3	4	3	3	16	L
2	2	3		4	5	16	3	2	4	3	5	17	3	4	2	1	10	3	3	5	4	4	19	L
5	2	3		3	3	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15	4	4	4	4	4	20	L
5	5	5		5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	L
1	2	1		3	2	9	3	2	2	1	2	10	1	5	4	4	14	5	4	4	4	4	21	L
1	2	3		3	4	13	1	1	4	3	3	12	4	3	4	2	13	3	4	3	2	2	14	L
1	1	2		2	2	8	2	4	2	3	2	13	2	2	1	2	7	2	2	2	1	2	9	L
1	1	1		2	2	7	2	2	2	4	2	12	2	2	2	1	7	4	4	4	4	4	20	L
4	5	4		2	5	20	1	2	3	2	5	13	5	5	5	2	17	4	5	5	5	2	21	L
4	5	4		3	2	18	4	3	4	4	4	19	3	3	3	3	12	4	3	3	3	3	16	L
4	5	4		3	2	18	1	1	1	3	3	9	1	1	3	3	8	1	2	2	2	1	8	L
4	5	4		3	2	18	4	4	2	2	2	14	2	2	2	2	8	2	4	2	2	4	14	L
4	5	4		3	2	18	4	3	4	3	5	19	5	4	5	5	19	5	4	4	5	4	22	L
2	1	2		2	1	8	4	4	2	2	2	14	4	2	4	4	14	2	2	2	2	2	10	P
1	2	2		1	2	8	2	2	1	2	2	9	1	2	1	2	6	1	2	2	2	1	8	P
4	4	5		4	5	22	5	4	4	5	2	20	2	1	4	2	9	4	4	2	2	2	14	L
3	2	3		3	1	12	2	4	3	3	5	17	3	5	4	4	17	4	4	4	4	3	19	P
2	3	2		5	3	15	1	1	3	4	5	14	4	3	2	1	10	3	3	3	3	3	15	L
2	2	2		4	4	14	2	2	4	4	4	16	4	4	2	4	14	4	4	4	4	4	20	L

2	1	3	5	5	16	3	3	4	4	5	19	4	3	4	4	15	4	5	3	4	4	20	L
1	4	3	2	3	13	1	1	1	2	5	10	1	2	5	1	9	5	4	1	4	2	16	L
2	1	1	3	3	10	3	4	4	3	4	18	3	3	3	2	11	2	3	4	3	3	15	P
3	2	3	3	3	14	3	3	4	3	4	17	3	5	3	3	14	3	3	4	3	4	17	L
5	1	1	5	4	16	1	1	1	1	1	5	1	5	5	5	16	5	1	5	1	5	17	P
1	2	2	4	3	12	1	1	3	3	3	11	2	2	2	1	7	3	3	2	2	3	13	L
4	4	4	3	4	19	3	3	2	3	2	13	3	3	3	2	11	5	4	3	4	4	20	L
4	4	5	5	4	22	4	4	5	3	4	20	4	3	3	2	12	4	4	4	3	3	18	L
5	5	5	2	3	20	2	2	3	3	4	14	2	4	3	2	11	4	2	3	2	1	12	L
2	1	1	1	1	6	3	2	3	3	3	14	3	4	3	3	13	2	2	2	2	2	10	P
2	1	2	5	4	14	4	4	5	2	4	19	5	3	2	4	14	4	5	4	4	4	21	P
2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	8	2	3	2	2	2	11	P
4	4	3	4	4	19	4	2	4	4	4	18	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	20	L
4	2	2	2	2	12	4	4	4	4	4	20	2	4	4	4	14	2	2	2	2	2	10	L
1	3	3	3	4	14	3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	L
1	2	4	4	1	12	4	4	4	4	5	21	4	3	2	4	13	4	4	4	4	3	19	L
5	1	5	5	5	21	1	5	5	5	5	21	5	1	1	5	12	5	5	5	5	5	25	L
2	1	1	4	4	12	2	4	5	4	5	20	4	3	1	3	11	4	4	4	4	4	20	P
1	1	5	5	5	17	1	1	5	5	1	13	5	5	5	5	20	5	5	1	5	5	21	P
5	5	5	2	5	22	5	5	4	2	2	18	5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	20	L
3	2	3	3	2	13	4	3	3	3	3	16	3	3	4	4	14	2	2	2	2	3	11	P
3	5	4	4	4	20	3	2	3	4	5	17	4	3	2	4	13	5	4	4	5	5	23	L
3	5	5	5	5	23	3	3	2	3	2	13	3	3	3	3	12	3	4	4	3	3	17	L
1	1	1	3	3	9	2	2	3	3	2	12	2	1	3	3	9	2	2	2	2	2	10	L
1	1	4	3	4	13	2	4	2	3	5	16	3	4	5	1	13	4	5	4	4	4	21	P
1	1	3	1	2	8	2	2	3	3	5	15	4	4	3	1	12	3	4	5	4	2	18	L
5	4	2	1	3	15	5	5	2	2	2	16	2	4	3	5	14	4	2	3	3	4	16	L
3	5	2	3	2	15	3	3	3	3	4	16	3	3	2	3	11	3	2	3	2	3	13	L
1	1	1	4	4	11	1	1	4	4	2	12	4	5	4	4	17	4	2	4	4	2	16	L
2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	3	4	4	4	15	4	4	4	4	2	18	P
2	1	4	4	2	13	2	2	5	1	5	15	2	3	2	1	8	5	2	3	4	4	18	P
5	4	2	1	1	13	5	5	4	4	4	22	4	5	2	2	13	2	2	3	3	2	12	L
2	1	1	4	3	11	2	2	3	3	3	13	3	3	4	3	13	4	4	3	4	2	17	L

1	2	4	1	2	10	2	2	2	3	2	11	2	4	3	2	11	2	2	4	4	4	16	L
3	4	3	3	4	17	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	13	4	4	4	4	3	19	L
1	2	3	5	4	15	1	3	3	4	3	14	3	1	1	1	6	3	3	3	4	4	17	P
1	1	3	1	1	7	3	5	1	1	3	13	5	3	1	3	12	3	3	3	3	3	15	L
4	5	4	4	4	21	5	4	5	4	5	23	5	5	4	5	19	5	4	5	4	5	23	L
4	4	5	5	4	22	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	17	5	4	5	5	4	23	P
2	1	1	4	5	13	1	3	4	4	3	15	3	2	2	3	10	4	4	5	3	4	20	L
4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	5	23	5	5	5	4	19	4	5	4	4	5	22	P
1	3	3	1	3	11	1	1	2	1	3	8	3	5	5	1	14	3	1	2	3	1	10	L
3	2	4	5	3	17	4	5	2	2	3	16	3	3	4	3	13	3	2	2	3	4	14	L
2	1	2	2	2	9	3	3	2	3	2	13	3	4	3	2	12	2	3	2	2	2	11	L
2	3	3	3	3	14	2	2	3	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	L
1	5	4	5	3	18	2	2	3	3	2	12	3	2	4	1	10	2	4	2	3	3	14	L
5	5	3	5	2	20	5	5	2	3	5	20	4	5	3	5	17	5	3	3	3	4	18	L
3	5	3	5	5	21	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	L
2	2	2	2	2	10	3	3	4	3	4	17	4	3	3	3	13	4	4	4	4	4	20	L
5	5	1	1	1	13	2	2	4	4	5	17	5	5	1	1	12	5	5	5	5	5	25	L
2	2	3	4	4	15	2	2	4	4	4	15	3	4	3	4	14	4	3	2	4	4	17	P
2	1	1	5	3	12	3	3	4	4	4	18	3	4	3	4	14	4	3	3	3	3	16	L
3	2	2	2	2	11	3	1	4	3	3	14	3	3	3	4	13	4	3	3	4	4	18	L
2	2	3	3	4	14	2	2	3	3	3	13	2	3	3	3	11	3	3	3	4	3	16	L
1	1	1	1	3	7	3	3	3	3	5	17	5	5	1	1	12	4	4	4	4	2	18	P
2	1	1	5	5	14	4	2	2	2	2	12	4	1	2	4	11	4	4	4	4	4	20	L
4	5	2	3	2	16	2	2	4	4	4	16	4	2	2	2	10	4	3	4	4	4	19	P
1	1	1	3	4	10	1	1	4	3	3	12	4	4	5	2	15	4	3	4	3	3	17	L
1	1	1	3	2	8	1	1	4	2	3	11	2	5	5	3	15	4	3	4	4	2	17	L
2	1	2	1	2	8	4	3	2	2	2	13	2	3	2	4	11	4	5	5	5	4	23	P
2	1	4	5	4	16	2	4	4	4	5	19	4	2	4	3	13	4	4	4	4	3	19	P
1	1	3	3	4	12	2	2	4	3	4	15	4	3	3	2	12	3	3	3	4	3	16	L
5	1	1	1	1	9	5	4	1	1	2	13	1	5	5	1	12	1	1	2	2	2	8	P
1	2	2	1	2	8	2	2	1	2	1	8	5	4	1	4	14	5	4	4	4	4	21	P
2	2	2	4	4	14	4	4	4	4	4	20	4	2	2	2	10	4	4	4	4	4	20	L
4	1	1	4	4	14	5	5	5	5	4	24	4	1	2	2	9	4	4	4	4	4	20	L

4	2	2	5	4	17	2	2	5	5	4	18	4	2	2	4	12	4	4	5	4	4	21	P
2	1	2	4	4	13	1	1	5	5	4	16	4	1	2	4	11	4	4	5	5	4	22	L
2	2	2	4	5	15	2	4	4	3	4	17	2	2	2	4	10	5	4	3	4	4	20	P
2	2	2	4	5	15	2	4	4	3	4	17	2	2	2	4	10	5	4	3	4	4	20	P
1	1	2	2	2	8	1	1	5	5	2	14	4	5	4	2	15	4	4	4	4	4	20	L
5	5	4	5	4	23	5	4	4	5	4	22	5	5	4	5	19	5	5	5	4	5	24	P
2	4	4	3	1	14	1	1	4	3	5	14	2	4	3	3	12	3	3	3	3	3	15	P
3	5	2	2	2	14	3	3	3	3	4	16	2	3	3	3	11	3	2	3	3	3	14	L
2	1	4	2	2	11	2	2	4	4	4	16	4	2	2	4	12	4	4	4	4	4	20	P
1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	5	L
2	1	1	4	4	12	1	1	5	5	4	16	4	2	2	4	12	4	4	2	4	4	18	L
1	4	4	4	4	17	2	2	3	2	5	14	2	2	3	2	9	5	5	3	5	4	22	P
2	2	2	4	4	14	2	3	4	2	5	16	4	2	3	3	12	5	5	3	4	4	21	P
2	2	1	4	4	13	1	1	5	5	4	16	2	1	1	5	9	4	4	4	4	4	20	L
1	2	2	3	2	10	5	2	3	4	2	16	2	5	3	4	14	4	4	3	4	3	18	L
3	2	2	2	2	11	3	3	3	3	3	15	3	2	3	3	11	2	2	2	2	2	11	P
1	1	4	5	3	14	2	2	4	3	5	16	2	2	4	2	10	5	5	3	5	5	23	L
2	1	1	4	4	12	1	1	5	5	5	17	5	5	5	4	19	5	4	5	4	5	23	P
2	2	3	3	3	13	2	3	3	3	3	14	3	3	3	2	11	4	3	3	3	3	16	P
1	1	1	2	2	7	1	2	4	5	5	17	4	5	2	4	15	2	4	4	4	4	16	P
2	2	2	2	4	12	2	2	5	3	5	17	2	2	3	4	11	4	3	3	4	4	18	L
4	4	4	3	4	19	3	3	3	3	3	15	4	3	2	4	13	4	4	3	3	3	17	L
2	1	3	3	3	12	2	2	3	3	3	13	4	3	3	3	13	3	4	4	5	3	19	L
5	5	1	3	4	18	3	1	4	3	4	15	3	4	5	5	17	3	3	3	3	3	15	L
2	1	2	2	1	8	3	4	3	4	2	16	4	5	2	4	15	4	5	4	4	5	22	L
1	2	2	4	4	13	1	1	4	4	2	12	2	5	4	1	12	2	2	4	4	4	16	L
3	2	3	3	3	14	2	2	4	3	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	L
2	1	1	4	4	12	3	3	3	3	3	15	4	3	3	2	12	4	4	4	4	4	20	L
2	2	1	1	1	7	1	1	5	5	5	17	5	5	3	1	14	5	5	5	5	5	25	L
1	1	1	1	2	6	1	2	4	3	4	14	5	5	5	5	20	2	4	4	4	2	14	P
5	1	5	5	5	21	5	5	5	5	5	25	3	1	1	5	10	5	5	5	5	5	25	P
1	1	1	5	5	13	1	1	5	5	5	17	5	5	5	1	16	5	5	5	5	5	25	L
4	4	3	2	2	15	4	4	2	2	3	15	2	4	3	3	12	3	3	2	2	2	12	P

4	5	3	3	4	19	5	5	5	5	4	24	3	3	4	5	15	4	3	3	4	2	16	L
2	1	2	3	2	10	2	2	4	3	4	15	4	4	2	4	14	4	2	2	2	4	14	P
2	1	1	2	4	10	4	3	4	3	5	19	4	3	3	2	12	2	2	3	2	3	12	P
2	2	1	3	2	10	4	4	2	3	4	17	4	2	2	3	11	5	4	4	4	5	22	P
2	1	2	3	3	11	1	2	3	3	2	11	3	2	2	2	9	2	2	3	3	3	13	P
1	1	1	1	1	5	2	3	3	2	4	14	3	3	3	1	10	2	3	3	3	3	14	L
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	1	1	5	12	5	5	5	5	5	25	L
3	2	2	4	3	14	4	4	3	4	4	19	4	3	2	3	12	4	4	2	4	4	18	L
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	P
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	P
2	1	3	3	3	12	2	2	2	2	3	11	2	5	5	1	13	3	3	3	4	3	16	P
2	4	2	2	2	12	4	4	3	3	4	18	3	4	4	4	15	4	2	3	4	2	15	P
1	5	5	1	1	13	1	1	1	1	1	5	1	5	5	1	12	1	1	1	1	1	5	L
3	2	3	4	3	15	3	2	4	4	4	17	3	3	2	3	11	2	2	3	2	2	11	P
3	1	4	4	3	15	3	3	4	3	5	18	3	5	4	2	14	4	4	5	5	5	23	P
2	1	2	3	2	10	3	3	2	3	2	13	2	3	4	4	13	3	3	2	2	2	12	L
4	5	2	4	3	18	4	4	4	4	5	21	4	5	3	3	15	4	4	4	3	5	20	L
2	2	3	3	3	13	2	2	3	4	2	13	3	2	4	3	12	3	3	3	3	3	15	L
1	4	4	5	3	17	1	2	4	4	3	14	2	3	4	4	13	3	3	2	2	1	11	L
4	5	3	5	4	21	4	4	3	3	3	17	3	4	4	3	14	4	4	3	3	4	18	L
5	3	2	2	1	13	3	3	3	3	5	17	4	5	3	2	14	3	3	3	3	3	15	P
1	1	1	5	5	13	1	1	5	5	5	17	5	5	5	1	16	5	5	5	5	5	25	L
2	1	2	5	5	15	1	1	4	4	4	14	4	1	1	2	8	4	4	5	4	4	21	P
3	2	4	4	5	18	2	3	5	3	5	18	2	2	3	2	9	5	5	4	4	5	23	P
1	1	3	5	5	15	3	3	4	3	3	16	3	3	2	4	12	2	3	3	3	3	14	L
1	3	3	3	2	12	2	2	3	3	3	13	4	4	2	3	13	3	4	3	3	4	17	P
4	3	4	3	3	17	5	4	3	4	4	20	4	3	3	5	15	1	3	2	3	2	11	L
1	3	3	3	3	13	3	3	3	3	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	L
2	2	2	2	2	10	2	2	2	3	4	13	4	3	3	3	13	3	3	3	3	3	15	L
1	1	1	4	5	12	2	2	4	5	5	18	2	2	4	2	10	5	4	4	3	5	21	L
1	2	4	4	4	15	2	2	5	2	5	16	2	2	4	4	12	5	5	5	5	5	25	L
2	1	2	1	1	7	2	2	1	1	1	7	2	1	2	2	7	2	2	1	1	1	7	P
1	1	1	4	4	11	1	1	5	5	5	17	5	5	5	2	17	5	5	4	5	4	23	P

1	1	2	4	4	12	1	1	4	4	4	14	4	4	4	1	13	4	4	4	5	5	22	P
1	2	2	4	4	13	1	1	4	4	4	14	4	5	5	4	18	3	4	4	5	4	20	P
1	1	4	2	4	12	1	1	4	4	4	14	2	5	1	4	12	4	4	4	4	4	20	L
4	5	5	5	5	24	4	5	5	4	4	22	4	3	5	4	16	4	4	5	4	5	22	L
1	1	5	3	1	11	1	1	3	3	3	11	3	5	4	3	15	3	3	3	3	3	15	P
4	2	4	1	1	12	1	1	2	2	4	10	2	5	5	1	13	1	2	1	1	1	6	P
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	1	1	5	12	5	5	5	5	5	25	L
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	1	1	1	8	5	5	5	5	5	25	P
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	1	1	5	12	5	5	5	5	5	25	L
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	1	1	5	12	5	5	5	5	5	25	L
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	1	1	5	12	5	5	5	5	5	25	P
3	4	4	2	2	15	2	2	2	2	3	11	2	3	5	1	11	3	3	3	3	3	15	P
1	3	2	4	4	14	4	3	4	4	5	20	4	4	3	4	15	3	3	5	3	3	17	L
1	5	5	1	1	13	1	1	1	1	1	5	1	5	3	2	11	4	1	1	1	1	8	L
1	1	5	1	3	11	1	2	1	3	3	10	1	5	5	1	12	1	3	1	3	1	9	L
4	3	3	3	4	17	5	5	4	4	4	22	3	3	3	4	13	4	4	4	3	3	18	P





r Tabel (Person Product Moment)

N	R tabel satu sisi	R tabel dua sisi
1	0,9877	0,9969
2	0,9000	0,9500
3	0,8054	0,8783
4	0,7293	0,8114
5	0,6694	0,7545
6	0,6215	0,7067
7	0,5822	0,6664
8	0,5494	0,6319
9	0,5214	0,6021
10	0,4973	0,5760
11	0,4762	0,5529
12	0,4575	0,5324
13	0,4409	0,5140
14	0,4259	0,4973
15	0,4124	0,4821
16	0,4000	0,4683
17	0,3887	0,4555



18	0,3783	0,4438
19	0,3687	0,4329
20	0,3598	0,4227
21	0,3515	0,4132
22	0,3438	0,4044
23	0,3365	0,3961
24	0,3297	0,3882
25	0,3233	0,3809
26	0,3172	0,3739
27	0,3115	0,3673
28	0,3061	0,3610
29	0,3009	0,3550
30	0,2960	0,3494

