

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL DAN SARAN**

Pada bab lima ini penulis akan membuat suatu kesimpulan dan implikasi dari penelitian yang telah dilakukan, serta saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak usaha mikro dan kecil dalam perancangan dan penerapan strategi yang tepat bagi usahanya.

#### **5.1. Kesimpulan**

1. Berdasarkan hasil analisis persentase dapat disimpulkan sebagai berikut:
  - a. Strategi yang paling banyak diterapkan oleh usaha mikro dan kecil di kota Magelang adalah strategi harga murah yaitu sebesar 46%.
  - b. Volume penjualan usaha mikro dan kecil dalam satu tahun berkisar antara 40 juta sampai 220 juta.
  - c. Asset usaha mikro dan kecil berkisar antara 70 juta sampai dengan 600 juta.
  - d. Usaha mikro dan kecil di kota Magelang mempekerjakan karyawan sebanyak 1 sampai 15 orang dengan mayoritas usaha mikro dan kecil mempekerjakan karyawan sebanyak 5 sampai 6 orang.
  - e. Usaha mikro dan kecil di kota Magelang didirikan dengan modal awal antara 30 juta sampai 250 juta.
  - f. Laba bersih yang diperoleh oleh usaha mikro dan kecil di kota Magelang berkisar antara 12 juta sampai 75 juta dalam satu tahun.

2. Hasil analisis *one way anova* mengenai perbedaan *performance* usaha mikro dan kecil di kota (ROI, ROA, ROS, dan BPCI) ditinjau dari perbedaan strategi bisnis yang digunakan dapat disimpulkan bahwa: tidak terdapat perbedaan *performance* (ROI, ROA, ROS, dan BPCI) ditinjau dari perbedaan strategi bisnis yang digunakan.
3. Hasil analisis regresi dengan menggunakan variabel lingkungan sebagai variabel moderating dari strategi bisnis dapat disimpulkan bahwa: lingkungan memperkuat pengaruh strategi bisnis yang diadopsi atau digunakan oleh masing-masing usaha mikro dan kecil. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan yang mendukung suatu usaha dan strategi bisnis yang tepat secara nyata memberikan dampak pada meningkatnya hasil (*performance*) perusahaan.

## 5.2. Implikasi Manajerial

Perencanaan strategik merupakan proses pengembangan dan pemeliharaan strategi yang cocok antara tujuan dan kemampuan organisasi serta peluang pemasaran yang berubah. Perencanaan strategik menetapkan tahap perencanaan selebihnya dalam perusahaan. Perencanaan strategik tergantung pada pendefinisian misi perusahaan yang jelas, menetapkan sasaran perusahaan yang menunjang, merancang portofolio bisnis yang mantap, dan mengkoordinasikan strategi fungsional.

Strategi bisnis yang dirumuskan dengan baik merupakan langkah awal pada pencapaian tujuan organisasi. Strategi bisnis yang dilakukan dengan

terperinci dan jelas akan membawa dampak yang positif terhadap keberhasilan suatu usaha. Penentuan jenis atau strategi bisnis yang akan digunakan oleh suatu perusahaan harus mengacu dari banyak faktor antara lain dengan memperhatikan kekuatan finansial perusahaan, pasar, sumber daya (alam dan manusia) yang tersedia, serta lingkungan.

Hal ini penting untuk dilakukan oleh manajer suatu perusahaan dengan maksud, strategi bisnis yang diterapkan relevan bagi usaha yang saat ini sedang dilakukan, hingga nantinya akan memberikan kontribusi yang positif dalam bentuk keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Ada beberapa macam strategi yang dapat dilakukan oleh pihak perusahaan. Strategi tersebut antara lain adalah strategi harga murah, strategi diferensiasi, strategi fokus, strategi *harvest*, strategi pertumbuhan, serta strategi integrasi vertikal. Masing-masing perusahaan atau manajer dipersilahkan untuk menggunakan salah satu atau beberapa strategi tersebut secara bersamaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang paling sering diadopsi atau digunakan oleh usaha mikro dan kecil di kota Magelang dalam mendukung keberhasilan usahanya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi harga murah lebih banyak diminati oleh usaha mikro dan kecil sebagai strategi yang memiliki keunggulan bersaing dibandingkan strategi yang lainnya. Namun berdasarkan hasil uji perbedaan hasil (*performance*) yang diukur dari ROI, ROA, ROS, dan BPCI (*Business Performance Composite Index*) dapat diketahui bahwa masing-masing strategi yang berbeda secara nyata memberikan

hasil (*performance*) yang relatif sama antara satu usaha mikro dan kecil dengan usaha mikro dan kecil yang lainnya.

Hasil lain dari penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan industri (pesaing, konsumen, pemasok, peraturan pemerintah, dan asosiasi/perkumpulan/persatuan pengusaha) secara nyata memperkuat pengaruh strategi bisnis yang dijalankan oleh suatu usaha mikro dan kecil terhadap hasil (*performance*) perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak manajemen untuk memperhatikan faktor lingkungan serta strategi bisnis yang akan digunakannya dalam mengantisipasi persaingan bisnis yang semakin ketat dewasa ini.

### 5.3. Saran

Dengan mendasarkan pada hasil analisis data dan kesimpulan di atas maka penulis memberikan saran kepada pihak usaha mikro dan kecil antara lain adalah sebagai berikut:

1. Strategi bisnis memberikan pengaruh yang nyata terhadap hasil (*performance*) suatu perusahaan. Berdasarkan hal tersebut maka pihak manajemen usaha mikro dan kecil harus mempergunakan/menerapkan strategi bisnis yang paling cocok bagi jenis usaha yang dilakukannya. Dengan mempertimbangkan/membandingkan kekuatan dan kelemahan dari tiap-tiap strategi bisnis yang baku, maka pihak manajemen dapat mengambil salah satu atau mengkombinasikan beberapa strategi bisnis guna mendukung keberhasilan usaha. Strategi bisnis saat ini yang paling cocok untuk diterapkan di

Indonesia, khususnya di kota Magelang adalah strategi harga murah. Hal ini sesuai dengan karakter konsumen yang menggunakan harga sebagai pertimbangan utama dalam melakukan pembelian suatu produk.

2. Keberhasilan suatu usaha tidak hanya didukung dari modal (kekuatan finansial) yang dimiliki suatu perusahaan. Faktor lingkungan merupakan faktor yang memberikan kontribusi dalam keberhasilan suatu usaha. Berdasarkan hal tersebut maka pihak manajemen usaha mikro dan kecil harus memperhatikan faktor pendukung (faktor lingkungan) yang antara lain adalah: kondisi persaingan yang ada. Apakah usaha mikro dan kecil yang didirikan akan menantang pasar (perusahaan) yang lebih dahulu ada atau hanya akan menjadi pengikut (*follower*) pada sistem persaingan yang telah ada.
3. Pihak perusahaan harus memperhitungkan pasar (banyaknya konsumen) yang masih bisa dilayani. Jika pasar/konsumen relatif kecil sebaiknya perusahaan tidak terjun dalam jenis industri atau jasa yang bersangkutan. Perusahaan harus mencari jenis usaha yang masih besar peluang pasarnya (belum banyak perusahaan yang melayani).
4. Pihak manajemen perusahaan harus memperhatikan kemampuan pemasok dalam memenuhi kebutuhan bahan baku yang dibutuhkan dalam proses produksi. Hal ini dengan tujuan untuk menjaga kesinambungan hasil produksi perusahaan, terutama bagi perusahaan yang telah menentukan target produksi.
5. Pihak perusahaan harus memperhatikan regulasi serta peraturan pemerintah mengenai ijin usaha, pajak, serta peraturan-peraturan yang yang sekiranya menghambat kinerja perusahaan.

6. Untuk menjaga kestabilan usaha, ada baiknya jika perusahaan yang memiliki jenis usaha yang sama untuk membentuk suatu asosiasi, dimana asosiasi yang dibentuk tersebut dapat menopang atau memperlancar proses produksi terlebih saat kinerja perusahaan menurun.



## DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, Lukas. *Memahami Statistika Bisnis*. Jilid kedua Edisi Pertama. Yogyakarta, 1997.
- David, Fred R. *Strategic Management : Concepts and Cases*. New Jersey : Prentice Hall, 2003.
- Hadi, Sutrisno. *Analisis Butir Untuk Instrumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi Offset, 1991.
- Hashim, Mohd Khairuddin; Syed Azizi Wafa dan Mohammed Sulaiman. *Testing Environment As The Moderator Between Business Strategy-Performance Relationship : A Study Of Malaysia SMES*. Malaysia, 2000.
- Hashim, Mohd Khairuddin. *Strategic Management*. Prentice Hall, 2004.
- Kotler, Philip. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga, 1997.
- Robert, Michael. *The New Strategic Thinking*. United States of America : McGraw-Hill, 2006.
- Sanchez, Ron dan Aime Heene. *The New Strategic Management : Organization, Competition and Competence*. United States of America : John Wiley & Sons, Inc, 2004.
- Santosa, Tanadi. *Manajemen Strategik*. [www.Swa.co.id](http://www.Swa.co.id), 2004
- Sharplin, Arthur. *Strategic Management*. United Stated : McGraw-Hill, Inc, 1985.
- Siagian, Dergibson dan Sugiarto. *Metode Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2002.

Stappenbeck, Thompson. *The Business Strategy Game : A Global Industry Simulation*. Singapore : McGraw-Hill Book Co, 1999.

Sulaiman, Wahid. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS*. Yogyakarta : Penerbit Andi, 2004.

Supranto, J., *Statistik : Teori dan Aplikasi*. Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga, 2000.

Supranto, J. *Statistik : Untuk Pemimpin Berwawasan Global*. Edisi 1. Jakarta : Salemba Empat, 2001.

Tregoe, Benjamin B. dan John W. Zimmerman. *Strategi Manajemen : Apakah Itu Dan Bagaimanakah Caranya Agar Dapat Berjalan Semestinya*. Jakarta : Penerbit Erlangga, 1999.

Viljoen, John. *Strategic Management : Planning and Implementing Successful Corporate Strategies*. Australia : Longman Business and Professional, 1994.

Wheelen, Thomas L. dan J David Hunger. *Strategic Management and Business Policy*. New Jersey : Prentice Hall, 2000.

Wright, Peter dan Mark J.Kroll. *Strategic Management : Concepts and Cases*. United States of America : Prentice Hall Inc, 1998.

Software Pocket Oxford Dictionary (1994)

[http://www.republika.co.id/suplemen/cetak\\_detail.asp?mid=3&id=170561&kat\\_id=105&kat\\_id1=149&kat\\_id2=313](http://www.republika.co.id/suplemen/cetak_detail.asp?mid=3&id=170561&kat_id=105&kat_id1=149&kat_id2=313)

[http://en.wikipedia.org/wiki/Spearman-Brown\\_prediction\\_formula](http://en.wikipedia.org/wiki/Spearman-Brown_prediction_formula)

<http://www.answers.com/topic/spearman-brown-prediction-formula>



*serviens in lumine veritatis*

# **LAMPIRAN I**

**KUESIONER**

Kepada Yth : Bapak / Ibu / Sdr / Sdri  
Pemilik industri makanan  
Di Kota Magelang

Dengan hormat,

Perkenalkanlah saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inneke Chandradewi

NPM : 14514 / EM

Adalah mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul **"Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Hasil Perusahaan dan Lingkungan Sebagai Variabel Moderator : Studi Pada Usaha Mikro dan Kecil di Kota Magelang"**.

Penelitian ini hanya untuk tujuan ilmiah saja, maka dari itu mohon bantuan untuk mengisis kuesioner berikut ini.

Atas kesediaan Bapak / Ibu / Sdr / Sdri, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya



(Inneke Chandradewi)

## KUESIONER

### 1. Bagian lingkungan dari usaha

#### a. Ketidakpastian lingkungan

No.	Keterangan	Sangat dapat dirediksi	Dapat diprediksi	Netral	Tidak dapat diprediksi	Sangat tdk dapat diprediksi
1	Pesaing					
2	Konsumen					
3	Pemasok					
4	Peraturan					
5	Asosiasi					

#### b. Intensitas dari kompetisi

No	Keterangan	Sama sekali tidak ada kompetisi	Tidak ada kompetisi	Netral	Intens	Sangat intens
1	Harga					
2	Produk					
3	Teknologi					
4	Distribusi					
5	Kekuatan orang					
6	Material mentah					

### 2. Bagian strategi bisnis yang dipakai

Catatan : Di bawah ini terdapat 6 macam strategi yang telah dikenal masyarakat luas, pilihlah salah satu strategi yang diadopsi oleh usaha anda.

#### a). Strategi harga murah

Dalam strategi ini perusahaan mencaoba untuk mengurangi biaya dan meningkatkan keuntungan sebaik penjualan dengan menggunakan skala ekonomi, skope dan teknologi

**b). Strategi berbeda (diferensiasi)**

Merupakan kemampuan untuk menyediakan produk unik bernilai superior untuk konsumen, dlama ukuran produk, fitur khusus atau pelayanan pasca pembelian

**c). Strategi fokus**

Perusahaan mencoba fokus pada pengembangan produk dan upaya pemasaran dalam bagian dari segmen pasar bahwa perusahaan punya sebuah perbedaan yang merupakan keunggulan

**d). Strategi panen (harvest)**

Yaitu strategi dengan menerapkan biaya operasi minimum, tidak ada investasi baru, mengurangi biaya promosi

**e). Strategi pertumbuhan (growth)**

Merupakan strategi dimana perusahaan mengambil resiko, melakukan ekspansi keluar, agresif dalam mencari pangsa pasar, memakai potongan harga

**f). Strategi integrasi vertikal**

Adalah strategi dimana perusahaan memproduksi sendiri untuk barang pasokan, memiliki sendiri jaringan distribusi

**3. Bagian hasil atau performance**

Untuk pertanyaan di bawah harap diisi sesuai dengan keadaan yang ada

Berapa jumlah yang ada untuk dimensi di bawah ini dlama perusahaan anda?

No	Ukuran hasil atau performance	Nilai
1	Penjualan per tahun	
2	Aset	
3	Jumlah pekerja	
4	Modal	
5	Laba bersih	
6	ROI	
7	ROA	
8	ROS	



*serviens in lumine veritatis*

## **LAMPIRAN II**

## Reliability

### 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	Part 1	Value	.632
		N of Items	3 <sup>a</sup>
	Part 2	Value	.657
		N of Items	3 <sup>b</sup>
Total N of Items			6
Correlation Between Forms			.409
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.580
	Unequal Length		.580
Guttman Split-Half Coefficient			.568

a. The items are: intensitas\_1, intensitas\_2, intensitas\_3.

b. The items are: intensitas\_4, intensitas\_5, intensitas\_6.

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
intensitas_1	19.00	13.448	.413	.695
intensitas_2	19.40	12.662	.512	.672
intensitas_3	20.67	9.747	.479	.667
intensitas_4	19.73	10.616	.514	.649
intensitas_5	19.77	10.116	.494	.657
intensitas_6	19.77	11.289	.397	.688

### Scale Statistics

	Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
Part 1	11.93	4.202	2.050	3 <sup>a</sup>
Part 2	11.73	6.823	2.612	3 <sup>b</sup>
Both Parts	23.67	15.402	3.925	6

a. The items are: intensitas\_1, intensitas\_2, intensitas\_3.

b. The items are: intensitas\_4, intensitas\_5, intensitas\_6.

## Reliability

### 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	Part 1	Value	.594
		N of Items	3 <sup>a</sup>
	Part 2	Value	.659
		N of Items	2 <sup>b</sup>
Total N of Items			5
Correlation Between Forms			.534
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.696
	Unequal Length		.703
Guttman Split-Half Coefficient			.667

a. The items are: ketidakpastian\_1, ketidakpastian\_2, ketidakpastian\_3.

b. The items are: ketidakpastian\_4, ketidakpastian\_5.

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ketidakpastian_1	15.23	8.599	.499	.678
ketidakpastian_2	14.87	7.706	.447	.714
ketidakpastian_3	14.93	9.306	.481	.688
ketidakpastian_4	14.87	9.223	.485	.686
ketidakpastian_5	14.90	8.093	.581	.645

### Scale Statistics

	Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
Part 1	11.07	5.651	2.377	3 <sup>a</sup>
Part 2	7.63	2.723	1.650	2 <sup>b</sup>
Both Parts	18.70	12.562	3.544	5

a. The items are: ketidakpastian\_1, ketidakpastian\_2, ketidakpastian\_3.

b. The items are: ketidakpastian\_4, ketidakpastian\_5.

## Case Summaries

	ketidakpastia n_1	ketidakpastia n_2	ketidakpastia n_3	ketidakpastia n_4	ketidakpastia n_5	intensitas_1
1	2	1	3	2	2	5
2	2	3	4	5	3	5
3	4	5	2	4	3	5
4	4	5	2	4	1	5
5	4	5	4	5	4	5
6	4	4	4	4	4	5
7	2	4	4	4	4	4
8	5	2	4	3	2	5
9	4	4	4	4	4	5
10	4	2	4	5	5	5
11	4	5	5	3	5	4
12	3	4	3	4	3	5
13	2	5	4	2	3	5
14	4	4	3	3	4	4
15	4	4	5	4	5	5
16	2	1	2	3	3	4
17	4	5	4	4	5	5
18	2	1	4	3	3	5
19	5	5	5	5	5	5
20	4	5	4	4	4	5
21	4	5	3	2	3	5
22	4	5	4	5	5	5
23	4	4	4	4	4	5
24	3	4	5	4	4	4
25	5	5	5	5	5	5
26	3	3	3	4	5	4
27	4	4	4	4	4	5
28	4	4	4	4	4	4
29	2	4	3	4	4	4
30	2	3	4	4	4	3



## Case Summaries

	intensitas_2	intensitas_3	intensitas_4	intensitas_5
1	5	3	4	2
2	4	1	4	5
3	5	3	5	4
4	5	3	2	4
5	5	3	5	4
6	5	5	5	5
7	4	1	1	3
8	4	1	5	2
9	4	3	4	2
10	4	5	4	4
11	3	2	2	1
12	4	4	5	4
13	5	2	5	4
14	3	2	3	1
15	4	5	4	4
16	4	2	4	4
17	4	3	4	5
18	4	4	5	5
19	5	5	5	5
20	5	4	4	4
21	4	4	2	3
22	4	2	4	4
23	4	4	4	4
24	4	4	5	5
25	5	4	4	5
26	5	2	5	5
27	5	4	4	5
28	4	3	3	4
29	4	1	4	5
30	3	1	3	5

## Case Summaries

	intensitas_6	Strategi bisnis yang diadopsi
1	4	Strategi harga murah
2	3	Strategi berbeda (diferensiasi)
3	4	Strategi harga murah
4	4	Strategi fokus
5	1	Strategi berbeda (diferensiasi)
6	5	Strategi fokus
7	2	Strategi harga murah
8	4	Strategi fokus
9	4	Strategi harga murah
10	5	Strategi harga murah
11	4	Strategi berbeda (diferensiasi)
12	4	Strategi berbeda (diferensiasi)
13	3	Strategi fokus
14	1	Strategi harga murah
15	4	Strategi fokus
16	4	Strategi harga murah
17	4	Strategi harga murah
18	5	Strategi berbeda (diferensiasi)
19	5	Strategi berbeda (diferensiasi)
20	3	Strategi berbeda (diferensiasi)
21	4	Strategi harga murah
22	4	Strategi berbeda (diferensiasi)
23	4	Strategi harga murah
24	5	Strategi harga murah
25	5	Strategi panen (harvest)
26	5	Strategi berbeda (diferensiasi)
27	4	Strategi fokus
28	3	Strategi harga murah
29	5	Strategi harga murah
30	5	Strategi berbeda (diferensiasi)

## Frequencies

**Strategi bisnis yang diadopsi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Strategi harga murah	13	43.3	43.3	43.3
	Strategi berbeda (differensiasi)	10	33.3	33.3	76.7
	Strategi fokus	6	20.0	20.0	96.7
	Strategi panen (harvest)	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

*serviens in lumine veritatis*



*serviens in lumine veritatis*

## **LAMPIRAN III**

## Frequencies

### Frequency Table

**Strategi bisnis yang diadopsi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Strategi harga murah	46	46.0	46.0	46.0
	Strategi berbeda (diferensiasi)	30	30.0	30.0	76.0
	Strategi fokus	15	15.0	15.0	91.0
	Strategi panen (harvest)	6	6.0	6.0	97.0
	Strategi pertumbuhan (growth)	2	2.0	2.0	99.0
	Strategi integrasi vertikal	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Penjualan per tahun (juta)**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	40	1	1.0	1.0
	50	3	3.0	4.0
	60	4	4.0	8.0
	70	2	2.0	10.0
	75	7	7.0	17.0
	80	7	7.0	24.0
	85	5	5.0	29.0
	90	13	13.0	42.0
	95	1	1.0	43.0
	100	11	11.0	54.0
	120	9	9.0	63.0
	125	1	1.0	64.0
	130	2	2.0	66.0
	135	1	1.0	67.0
	140	1	1.0	68.0
	150	16	16.0	84.0
	160	1	1.0	85.0
	165	1	1.0	86.0
	170	3	3.0	89.0
	175	2	2.0	91.0
	180	7	7.0	98.0
	200	1	1.0	99.0
	220	1	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

**Aset (juta)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	70	1	1.0	1.0	1.0
	100	4	4.0	4.0	5.0
	120	10	10.0	10.0	15.0
	125	2	2.0	2.0	17.0
	130	1	1.0	1.0	18.0
	140	1	1.0	1.0	19.0
	150	18	18.0	18.0	37.0
	160	2	2.0	2.0	39.0
	180	3	3.0	3.0	42.0
	185	1	1.0	1.0	43.0
	200	24	24.0	24.0	67.0
	220	1	1.0	1.0	68.0
	240	2	2.0	2.0	70.0
	250	11	11.0	11.0	81.0
	300	9	9.0	9.0	90.0
	350	3	3.0	3.0	93.0
	400	3	3.0	3.0	96.0
	500	3	3.0	3.0	99.0
	600	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Jumlah pekerja (orang)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	8	8.0	8.0	10.0
	3	7	7.0	7.0	17.0
	4	11	11.0	11.0	28.0
	5	21	21.0	21.0	49.0
	6	21	21.0	21.0	70.0
	7	5	5.0	5.0	75.0
	8	5	5.0	5.0	80.0
	9	3	3.0	3.0	83.0
	10	7	7.0	7.0	90.0
	12	4	4.0	4.0	94.0
	13	3	3.0	3.0	97.0
	14	1	1.0	1.0	98.0
	15	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Modal (juta)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30	2	2.0	2.0	2.0
	40	3	3.0	3.0	5.0
	50	14	14.0	14.0	19.0
	55	1	1.0	1.0	20.0
	60	17	17.0	17.0	37.0
	65	2	2.0	2.0	39.0
	70	8	8.0	8.0	47.0
	75	1	1.0	1.0	48.0
	80	9	9.0	9.0	57.0
	85	2	2.0	2.0	59.0
	90	5	5.0	5.0	64.0
	91	1	1.0	1.0	65.0
	92	1	1.0	1.0	66.0
	100	18	18.0	18.0	84.0
	110	1	1.0	1.0	85.0
	117	1	1.0	1.0	86.0
	120	5	5.0	5.0	91.0
	125	1	1.0	1.0	92.0
	150	2	2.0	2.0	94.0
	170	1	1.0	1.0	95.0
	180	1	1.0	1.0	96.0
	200	3	3.0	3.0	99.0
	250	1	1.0	1.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**Laba bersih (juta)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>	<b>12.00</b>	<b>4</b>	<b>4.0</b>	<b>4.0</b>	<b>4.0</b>
	15.00	2	2.0	2.0	6.0
	17.50	1	1.0	1.0	7.0
	18.00	1	1.0	1.0	8.0
	18.40	1	1.0	1.0	9.0
	19.00	1	1.0	1.0	10.0
	20.00	5	5.0	5.0	15.0
	22.00	2	2.0	2.0	17.0
	22.50	1	1.0	1.0	18.0
	23.00	1	1.0	1.0	19.0
	24.00	2	2.0	2.0	21.0
	25.00	13	13.0	13.0	34.0
	26.00	2	2.0	2.0	36.0
	27.00	1	1.0	1.0	37.0
	27.50	1	1.0	1.0	38.0
	28.00	3	3.0	3.0	41.0
	29.00	1	1.0	1.0	42.0
	30.00	13	13.0	13.0	55.0
	31.00	1	1.0	1.0	56.0
	32.00	1	1.0	1.0	57.0
	33.00	2	2.0	2.0	59.0
	33.80	1	1.0	1.0	60.0
	35.00	5	5.0	5.0	65.0
	37.00	1	1.0	1.0	66.0
	40.00	7	7.0	7.0	73.0
	42.00	1	1.0	1.0	74.0
	43.00	1	1.0	1.0	75.0
	45.00	6	6.0	6.0	81.0
	46.20	1	1.0	1.0	82.0
	48.00	1	1.0	1.0	83.0
	50.00	7	7.0	7.0	90.0
	51.00	1	1.0	1.0	91.0
	54.00	1	1.0	1.0	92.0
	60.00	4	4.0	4.0	96.0
	63.00	1	1.0	1.0	97.0
	70.00	1	1.0	1.0	98.0
	72.00	1	1.0	1.0	99.0
	75.00	1	1.0	1.0	100.0
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	



*serviens in lumine veritatis*

**LAMPIRAN IV**



## Oneway: ROI

### Descriptives

#### ROI

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Strategi harga murah	46	.4070	.11667	.01720
Strategi berbeda (diferensiasi)	30	.4374	.10552	.01927
Strategi fokus	15	.4261	.14100	.03641
Strategi panen (harvest)	6	.4098	.08098	.03306
Strategi pertumbuhan (growth)	2	.4136	.26356	.18636
Strategi integrasi vertikal	1	.4500		
Total	100	.4197	.11612	.01161

### ANOVA

#### ROI

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.019	5	.004	.271	.928
Within Groups	1.316	94	.014		
Total	1.335	99			

## Oneway: ROA

### Descriptives

ROA

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Strategi harga murah	46	.1670	.04471	.00659
Strategi berbeda (diferensiasi)	30	.1776	.06061	.01107
Strategi fokus	15	.1496	.05183	.01338
Strategi panen (harvest)	6	.1572	.04011	.01638
Strategi pertumbuhan (growth)	2	.2143	.05051	.03571
Strategi integrasi vertikal	1	.2250		
Total	100	.1685	.05133	.00513

### ANOVA

ROA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.016	5	.003	1.236	.298
Within Groups	.245	94	.003		
Total	.261	99			

## Oneway: ROS

### Descriptives

#### ROS

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Strategi harga murah	46	.2923	.05114	.00754
Strategi berbeda (diferensiasi)	30	.3007	.05639	.01030
Strategi fokus	15	.2964	.04690	.01211
Strategi panen (harvest)	6	.2930	.06542	.02671
Strategi pertumbuhan (growth)	2	.3333	.00000	.00000
Strategi integrasi vertikal	1	.3000		
Total	100	.2964	.05186	.00519

### ANOVA

#### ROS

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.004	5	.001	.297	.913
Within Groups	.262	94	.003		
Total	.266	99			

## Oneway: BPCI

### Descriptives

BPCI				
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Strategi harga murah	46	.2888	.06158	.00908
Strategi berbeda (diferensiasi)	30	.3052	.05697	.01040
Strategi fokus	15	.2907	.06971	.01800
Strategi panen (harvest)	6	.2867	.04461	.01821
Strategi pertumbuhan (growth)	2	.3204	.10469	.07403
Strategi integrasi vertikal	1	.3250		
Total	100	.2949	.06043	.00604

### ANOVA

BPCI					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.008	5	.002	.415	.837
Within Groups	.354	94	.004		
Total	.362	99			



*serviens in lumine veritatis*

## **LAMPIRAN V**

## Regression

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Strategi bisnis <sup>a</sup>	.	Enter
2	Lingkungan <sup>a</sup>	.	Enter
3	Strategi bisnis*Lingkungan <sup>a</sup>	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Hasil (Performance)

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.632 <sup>a</sup>	.399	.393	.04707
2	.653 <sup>b</sup>	.426	.415	.04623
3	.715 <sup>c</sup>	.511	.495	.04293

a. Predictors: (Constant), Strategi bisnis

b. Predictors: (Constant), Strategi bisnis , Lingkungan

c. Predictors: (Constant), Strategi bisnis , Lingkungan, Strategi bisnis\*Lingkungan

### ANOVA<sup>d</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.144	1	.144	65.173	.000 <sup>a</sup>
	Residual	.217	98	.002		
	Total	.362	99			
2	Regression	.154	2	.077	36.066	.000 <sup>b</sup>
	Residual	.207	97	.002		
	Total	.362	99			
3	Regression	.185	3	.062	33.384	.000 <sup>c</sup>
	Residual	.177	96	.002		
	Total	.362	99			

a. Predictors: (Constant), Strategi bisnis

b. Predictors: (Constant), Strategi bisnis , Lingkungan

c. Predictors: (Constant), Strategi bisnis , Lingkungan, Strategi bisnis\*Lingkungan

d. Dependent Variable: Hasil (Performance)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.228	.010		23.973	.000
	Strategi bisnis	.035	.004	.632	8.073	.000
2	(Constant)	.169	.029		5.765	.000
	Strategi bisnis	.034	.004	.610	7.859	.000
	Lingkungan	.016	.008	.166	2.140	.035
3	(Constant)	.053	.061		.864	.390
	Strategi bisnis	.133	.025	2.397	5.376	.000
	Lingkungan	.075	.016	.767	4.661	.000
	Strategi bisnis*Lingkungan	.026	.006	1.982	4.062	.000

a. Dependent Variable: Hasil (Performance)



## Case Summaries

	a_1	a_2	a_3	a_4	a_5	b_1	b_2	b_3	b_4	b_5
1	2	1	3	2	2	5	5	3	4	2
2	2	3	4	5	3	5	4	1	4	5
3	4	5	2	4	3	5	5	3	5	4
4	4	5	2	4	1	5	5	3	2	4
5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4
6	4	4	4	2	4	4	4	1	5	4
7	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
8	5	2	4	3	2	5	4	1	5	2
9	4	4	4	4	4	5	4	3	2	4
10	4	2	4	5	5	5	4	5	4	4
11	4	5	4	3	3	4	4	2	2	1
12	3	4	3	4	5	5	3	4	5	2
13	2	5	5	2	3	5	5	2	5	4
14	5	4	3	3	4	5	4	2	3	1
15	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4
16	2	1	2	4	5	4	3	4	5	4
17	2	1	4	3	4	5	4	3	4	5
18	4	5	4	3	3	5	4	2	4	5
19	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
21	4	5	3	2	3	5	4	4	2	3
22	4	5	4	5	5	5	4	2	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5
25	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
26	3	3	3	4	5	4	5	2	5	5
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	5	5	3	3	5
29	2	4	3	4	4	4	3	1	4	5
30	2	3	4	5	5	3	4	1	4	5
31	3	4	3	4	5	5	3	4	5	2
32	2	5	5	2	3	5	5	2	5	4
33	5	4	3	3	4	5	4	2	3	1
34	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4
35	5	4	3	4	5	3	5	4	4	3
36	2	1	2	4	5	4	3	4	5	4
37	4	4	3	3	2	5	5	5	3	3
38	2	1	4	3	4	5	4	3	4	5
39	4	5	4	3	3	5	4	2	4	5
40	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
42	4	5	3	2	3	5	4	4	2	3
43	4	5	4	5	5	5	4	2	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5
46	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
47	3	3	3	4	5	4	5	2	5	5
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	5	5	3	3	5
50	4	5	3	2	4	3	2	4	3	5
51	4	5	4	3	3	4	4	2	2	1
52	4	2	4	5	5	5	4	5	4	4
53	5	4	3	4	2	5	4	4	5	4
54	4	4	4	4	4	5	4	3	2	4
55	5	2	4	3	2	5	4	1	5	2

## Case Summaries

	a_1	a_2	a_3	a_4	a_5	b_1	b_2	b_3	b_4	b_5
56	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
57	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4
58	4	5	2	4	3	5	5	3	5	4
59	4	4	4	2	4	4	4	1	5	4
60	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4
61	4	5	3	4	4	5	5	3	3	4
62	5	3	4	4	2	5	4	3	3	3
63	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
64	2	2	3	4	1	2	3	2	4	5
65	2	4	3	5	4	5	6	2	2	3
66	5	5	5	4	4	4	5	3	3	4
67	4	5	2	2	1	4	5	2	2	3
68	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3
69	5	5	4	3	5	4	5	3	4	4
70	5	5	5	4	4	4	4	3	1	1
71	4	4	5	1	5	4	5	3	4	2
72	4	5	5	4	4	5	5	3	3	4
73	3	3	3	4	5	4	5	3	5	5
74	5	5	2	2	2	4	4	3	4	2
75	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4
76	4	5	2	4	1	5	5	3	2	4
77	4	5	2	4	3	5	5	3	5	4
78	2	3	4	5	3	5	4	1	4	5
79	2	1	3	2	2	5	5	3	4	2
80	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4
81	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3
82	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4
83	4	5	5	5	4	5	5	3	3	4
84	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3
85	5	4	5	5	5	4	4	2	2	1
86	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4
87	4	4	3	2	2	5	5	3	2	4
88	5	5	4	4	5	4	4	3	3	2
89	5	5	3	3	4	5	5	4	4	3
90	2	4	3	5	3	3	3	4	2	4
91	4	4	3	4	4	5	4	3	2	4
92	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5
93	2	4	3	4	4	4	3	1	4	5
94	2	1	3	2	2	5	5	4	3	4
95	2	3	4	5	5	3	4	1	4	5
96	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4
97	4	5	3	2	3	5	4	4	3	2
98	4	5	4	5	5	5	4	2	4	4
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5

## Case Summaries

	b_6	Strategi bisnis	Penjualan per tahun (juta)	Aset (juta)	Jumlah pekerja (orang)	Modal (juta)	Laba bersih (juta)
1	1	1	180	300	15	120	72.00
2	3	2	100	200	5	80	30.00
3	4	1	150	300	6	180	45.00
4	4	3	70	150	2	80	24.00
5	1	2	70	100	3	80	17.50
6	2	1	175	300	5	200	45.00
7	5	3	200	400	10	100	75.00
8	4	3	150	250	6	100	45.00
9	4	1	75	150	3	92	30.00
10	5	1	75	150	6	100	32.00
11	4	2	80	150	4	100	35.00
12	1	2	170	350	7	200	51.00
13	3	3	60	150	1	80	12.00
14	4	3	50	180	2	60	12.00
15	4	1	220	500	10	250	60.00
16	4	1	150	350	6	170	40.00
17	4	1	85	200	2	120	20.00
18	5	2	150	400	8	100	50.00
19	5	2	60	200	3	70	25.00
20	3	4	180	500	10	200	70.00
21	4	4	180	400	12	117	63.00
22	4	2	75	200	2	50	15.00
23	4	1	120	200	6	80	30.00
24	5	1	40	100	1	30	12.00
25	5	1	140	250	7	90	45.00
26	5	2	150	300	6	90	50.00
27	4	1	100	200	3	70	35.00
28	3	3	50	100	2	40	18.00
29	5	1	50	120	2	30	15.00
30	5	2	60	150	3	40	20.00
31	1	1	120	200	6	85	35.00
32	3	1	90	200	4	50	22.50
33	4	2	100	70	5	60	30.00
34	4	2	120	200	6	70	20.00
35	1	1	80	120	4	50	22.00
36	4	1	90	120	5	50	30.00
37	3	2	150	200	9	91	40.00
38	4	2	85	120	5	50	25.00
39	5	4	120	150	7	80	30.00
40	5	4	90	120	5	60	25.00
41	3	6	150	200	10	100	45.00
42	4	5	75	140	3	110	25.00
43	4	5	90	120	5	50	30.00
44	4	3	100	120	6	60	25.00
45	5	2	80	120	4	50	25.00
46	5	2	85	120	4	60	25.00
47	5	1	150	200	8	100	48.00
48	4	1	180	250	10	120	54.00
49	3	2	90	150	5	60	25.00
50	2	1	100	150	6	60	35.00
51	4	3	130	240	6	85	40.00
52	5	2	90	200	5	60	28.00
53	2	3	125	300	6	80	37.00
54	4	3	85	200	6	60	22.00
55	4	3	120	240	6	80	33.00

## Case Summaries

	b_8	Strategi bisnis	Penjualan per tahun (juta)	Aset (juta)	Jumlah pekerja (orang)	Modal (juta)	Labanya bersih (juta)
56	5	2	170	300	9	100	50.00
57	4	3	120	220	6	75	35.00
58	2	1	150	300	6	100	40.00
59	2	1	80	200	2	60	18.40
60	5	1	100	200	6	70	27.50
61	4	1	75	100	4	50	25.00
62	4	1	150	200	7	90	43.00
63	4	2	75	150	3	40	28.00
64	3	1	120	200	6	60	31.00
65	4	2	80	120	4	50	20.00
66	5	1	135	200	9	90	33.00
67	3	1	180	200	12	125	40.00
68	4	1	180	250	13	150	50.00
69	4	1	100	150	5	70	30.00
70	4	3	150	200	8	100	45.00
71	2	2	120	150	6	100	30.00
72	4	1	120	200	6	100	30.00
73	5	1	100	150	5	65	20.00
74	5	1	175	250	12	150	40.00
75	1	3	95	500	5	55	30.00
76	4	1	75	180	4	50	26.00
77	4	4	165	350	8	100	46.20
78	3	4	90	180	5	60	19.00
79	4	2	80	180	4	50	24.00
80	5	2	150	250	10	100	60.00
81	5	2	85	150	5	50	25.00
82	5	1	180	600	15	120	50.00
83	5	2	150	250	13	100	40.00
84	3	1	90	150	5	60	30.00
85	2	3	150	250	12	100	50.00
86	2	2	100	200	6	85	30.00
87	3	1	60	125	2	50	12.00
88	2	1	90	150	5	70	25.00
89	4	1	80	150	5	60	25.00
90	3	1	100	200	5	70	28.00
91	4	1	100	185	4	70	25.00
92	5	1	170	300	13	100	50.00
93	5	1	130	250	7	90	33.80
94	2	1	180	250	10	120	60.00
95	5	1	150	300	8	80	60.00
96	3	2	90	160	4	50	26.00
97	4	2	90	130	5	60	29.00
98	4	2	90	150	5	80	27.00
99	4	2	90	125	5	60	23.00
100	5	1	150	250	14	100	42.00

## Case Summaries

	ROI	ROA	ROS	Hasil (Performance)
1	.60	.24	.40	.41
2	.38	.15	.30	.28
3	.25	.15	.30	.23
4	.30	.16	.34	.27
5	.22	.18	.25	.21
6	.23	.15	.26	.21
7	.75	.19	.38	.44
8	.45	.18	.30	.31
9	.33	.20	.40	.31
10	.32	.21	.43	.32
11	.35	.23	.44	.34
12	.26	.15	.30	.23
13	.15	.08	.20	.14
14	.20	.07	.24	.17
15	.24	.12	.27	.21
16	.24	.11	.27	.21
17	.17	.10	.24	.17
18	.50	.13	.33	.32
19	.36	.13	.42	.30
20	.35	.14	.39	.29
21	.54	.16	.35	.35
22	.30	.08	.20	.19
23	.38	.15	.25	.26
24	.40	.12	.30	.27
25	.50	.18	.32	.33
26	.56	.17	.33	.35
27	.50	.18	.35	.34
28	.45	.18	.36	.33
29	.50	.13	.30	.31
30	.50	.13	.33	.32
31	.41	.18	.29	.29
32	.45	.11	.25	.27
33	.50	.43	.30	.41
34	.29	.10	.17	.18
35	.44	.18	.28	.30
36	.60	.25	.33	.39
37	.44	.20	.27	.30
38	.50	.21	.29	.33
39	.38	.20	.25	.28
40	.42	.21	.28	.30
41	.45	.23	.30	.33
42	.23	.18	.33	.25
43	.60	.25	.33	.39
44	.42	.21	.25	.29
45	.50	.21	.31	.34
48	.42	.21	.29	.31
47	.48	.24	.32	.35
48	.45	.22	.30	.32
49	.42	.17	.28	.29
50	.58	.23	.35	.39
51	.47	.17	.31	.31
52	.43	.13	.29	.28
53	.46	.12	.30	.29
54	.37	.11	.26	.25
55	.41	.14	.28	.28

## Case Summaries

	ROI	RDA	ROG	Hasil (Performance)
56	.50	.17	.29	.32
57	.47	.16	.29	.31
58	.40	.13	.27	.27
59	.31	.09	.23	.21
60	.39	.14	.28	.27
61	.50	.25	.33	.38
62	.48	.22	.29	.33
63	.70	.19	.37	.42
64	.52	.16	.26	.31
65	.40	.17	.25	.27
66	.37	.17	.24	.26
67	.32	.20	.25	.26
68	.33	.20	.28	.27
69	.43	.20	.30	.31
70	.45	.23	.30	.33
71	.30	.20	.25	.25
72	.30	.15	.25	.23
73	.31	.13	.20	.21
74	.27	.16	.23	.22
75	.55	.06	.32	.31
76	.52	.14	.35	.34
77	.46	.13	.28	.29
78	.32	.11	.21	.21
79	.48	.15	.30	.31
80	.60	.24	.40	.41
81	.50	.17	.29	.32
82	.42	.08	.28	.26
83	.40	.16	.27	.28
84	.50	.20	.33	.34
85	.50	.20	.33	.34
86	.46	.15	.30	.30
87	.24	.10	.20	.18
88	.36	.17	.28	.27
89	.42	.17	.31	.30
90	.40	.14	.28	.27
91	.36	.14	.25	.25
92	.50	.17	.29	.32
93	.38	.14	.26	.26
94	.50	.24	.33	.36
95	.75	.20	.40	.45
96	.56	.18	.31	.35
97	.48	.22	.32	.34
98	.45	.18	.30	.31
99	.38	.18	.26	.27
100	.42	.17	.28	.29

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 5%

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