

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan berdasarkan analisis data, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari 35 partisipan yang telah dikumpulkan dalam penelitian ini, dapat diketahui data diri partisipan berdasarkan jenis kelamin. Jumlah partisipan pria adalah sebanyak 17 orang (48,60%) dan jumlah partisipan wanita adalah sebanyak 18 orang (51,40%). Sedangkan variabel usia dalam penelitian ini tidak diteliti karena partisipan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang diasumsikan memiliki rentang usia yang tidak terlalu jauh berbeda.
2. Pada analisis pengaruh tampilan *banner ads* terhadap perilaku *click-through* dapat disimpulkan bahwa pada masing-masing karakteristik tampilan, yaitu ukuran; posisi; dan animasi, tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *click-through* partisipan.
3. Perbedaan jenis kelamin tidak menyebabkan adanya perbedaan yang signifikan terhadap pilihan karakteristik tampilan *banner ads*.
4. Desain *banner* yang disukai oleh partisipan secara garis besar adalah *banner* dengan ukuran besar; posisi horisontal; paduan warna biru tua, biru muda, dan kuning; komposisi teks lebih besar dari pada gambar; dan beranimasi.

Yang berbeda pada desain partisipan pria adalah sebagian partisipan pria lebih menyukai posisi vertikal. Sedangkan pada partisipan wanita, yang berbeda hanya komposisi teks dan gambar. Partisipan wanita lebih menyukai komposisi teks dan gambar pada *banner* perbandingannya sama besar atau seimbang.

5. Desain *banner* yang diperoleh dari penelitian ini, telah berhasil diimplementasikan dengan menggunakan Macromedia Flash 8. Desain *banner* ini telah diujicobakan kepada 30 orang partisipan dan sebagian besar partisipan menyukai model desain *banner* secara umum.

5.2 Implikasi Manajerial

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai pertimbangan oleh pemasar khususnya yang akan memasang *banner ads* di internet. Dengan melihat faktor- faktor yang menjadi kecenderungan pilihan partisipan, dapat dijadikan pertimbangan untuk mendesain sebuah *banner ads* agar dapat lebih menarik perhatian pengunjung situs internet. Rasa ketertarikan pengunjung situs internet dapat dilanjutkan menjadi sebuah perilaku mengklik *banner* bila pemasar meneruskan pada sebuah riset mengenai bagaimana sebuah banner dapat menimbulkan rasa penasaran bagi pengunjung sehingga seseorang mau mengklik-nya.

Penelitian ini juga tidak lepas dari kekurangan, maka dari itu jika di masa yang akan datang jika hendak melakukan penelitian yang sama sebaiknya dilakukan beberapa perubahan dan perbaikan. Disarankan, penelitian yang akan datang

sebaiknya menggunakan jumlah sampel atau partisipan yang lebih banyak. Jumlah sampel yang semakin banyak diharapkan akan memberikan hasil penelitian yang semakin akurat. Penelitian di masa mendatang juga diharapkan menambahkan variabel demografi lainnya untuk diteliti. Dengan semakin banyaknya sampel yang digunakan, kemungkinan untuk menambahkan variabel-variabel demografi lainnya sangat memungkinkan, seperti variabel usia. Di samping itu, dengan banyaknya jumlah partisipan, maka pilihan warna dapat dibebaskan. Sehingga warna yang ditampilkan pada *banner* benar-benar mewakili kesukaan partisipan.

Daftar Pustaka

- Arens, William F.; 2006; *Contemporary Advertising*; Tenth Edition; New York: Mc Graw-Hill
- Ba, Sulin; and Paul A. Pavlou; 2002; *Evidence of The Effect of Trust Buildings Technology in Electronic Markets: Price Premiums and Buyer Behavior*; MIS Quarterly; Vol.26: Page 249
- Belch, George E.; and Michael A. Belch; 2004; *Advertising and Promotion*; Sixth Edition; New York: Mc Graw-Hill
- Cho, Chang-Hoan; 2003; *The Effectiveness of Banner Advertisements: Involvement and Click-Through*; Journalism and Mass Communication Quarterly; Vol.80; Iss. 3; pg. 623
- Dastbaz, Mohammad; 2003; *Designing Interactive Multimedia System*; Singapore: McGraw-Hill
- Donny B.U.; *Cyberfraud: Pertaruhan Citra Indonesia Di Industri E-Commerce Global*; <http://free.vlsm.org/v17/com/ictwatch/paper/paper062.htm>
- Dreze, Xavier; and Francois-Havier Hussherr; 2003; *Internet Advertising: Is Anybody Watching?*; Journal of Interactive Marketing; Volume 17; Number 4; pg. 8-23
- Hofstetter, Fred T.; 2001; *Multimedia Literacy*; Third Edition; New York: McGraw-Hill
- Iman, Nofie; *Mengenal E-Commerce*; <http://www.nofieiman.com>
- Kurniawan, Yahya; 2006; *Belajar Sendiri Macromedia Flash 8*; Jakarta: Elex Media Komputindo
- Laudon, Kenneth C.; and Jane P. Laudon; 2006; *Management Information System*; Ninth Edition; New Jersey: Prentice Hall
- Li, Hairong; and Janice L. Bukova; 1999; *Cognitive Impact of Banner Ads Characteristics: An Experimental Study*; Journalism and Mass Communication Quarterly; Volume 76; pg 341-354
- Manchanda, Puneet; and Friends; 2006; *The Effect of Banner Advertising on Internet Purchasing*; Journal of Marketing Reaserch; Vol. XLIII (February 2006); pg 98-108

Palanisamy, Ramaraj; and Suzanna A. Wong; 2003; *Impact of Online Consumer Characteristics on Web-Based Banner Advertising Effectiveness*; Global Journal of Flexible System Management; Vol. 4 (January-June 2003); pg. 15-26

Purbo, Onno W.; *10 Pertanyaan E-Commerce*; <http://www.ai3.itb.ac.id/Tutorial/E-Commerce.htm>

Santoso, Singgih; dan Fandi Tjiptono; 2001; *Riset Pemasaran, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*; Jakarta: Elex Media Komputindo

Sekaran, Uma; 2003; *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*; Fourth Edition; New York: John Wiley and Sons Inc.

Setiadi, Nugroho J.; 2003; *Perilaku Konsumen*; Jakarta Timur: Prenada Media Kencana

Sugiono; 2004; *Metode Penelitian Bisnis*; Cetakan Ketujuh; Bandung: Alfabeta

Suparmoko; 1991; *Metode Penelitian Praktis*; Edisi Ketiga; Cetakan Pertama; Yogyakarta: BPFE

Supranto, J.; 1997; *Metode Riset dan Aplikasinya Dalam Pemasaran*; Edisi Keenam; Jakarta: Rineka Cipta

Sutarman; 2003; *Membangun Aplikasi Web dengan PHP dan MySQL*; Yogyakarta: Graha Ilmu

Suyanto, M.; 2004; *Analisis dan Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*; Yogyakarta: Penerbit Andi

Suyanto, M.; 2003; *Multimedia Alat untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*; Yogyakarta: Penerbit Andi

Suyanto, M.; 2003; *Strategi Periklanan Pada E-commerce Perusahaan Top Dunia*; Yogyakarta: Penerbit Andi

Wells, William; Sandra Moriarty; and Jhon Burnett; 2006; *Advertising Principle and Practice*; 7th Edition; New Jersey: Prentice Hall

Yudhiantoro, Dhani; 2006; *Membuat Animasi WEB dengan Macromedia Flash Profesional 8*; Yogyakarta: Penerbit Andi

Vaughan, Tay; 2004; *Multimedia: Making It Work*; Sixth Edition; New York: McGraw-Hill

serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN A



KUESIONER

Berilah tanda (x) pada salah satu jawaban yang telah disediakan untuk setiap pertanyaan.

A. Data Diri

1. Jenis kelamin:
 - A. Laki-laki
 - B. Perempuan

B. Kriteria Tampilan *Banner Ads*

Definisi *banner ads* adalah iklan kecil pada halaman web dimana orang dapat mengklik untuk pindah ke *websites* pengiklan.

Kriteria tampilan *banner ads*:

1. Ukuran : besar atau kecilnya ukuran banner ads yang ditampilkan.
2. Posisi : posisi banner ads pada website, vertikal atau horisontal.
3. Animasi : ada atau tidaknya animasi.

Berilah tanda (x) pada salah satu jawaban yang telah disediakan untuk setiap pernyataan.

1. Tampilan *banner ads* yang paling disukai.

A	B	C	D	E	F	G	H

2. Warna *banner ads* yang paling disukai.

A	B	C	D	E

3. Komposisi teks dan gambar yang paling disukai.

A	B	C

4. Bentuk animasi *banner ads* yang paling disukai.

A	B	C	D	E

C. Karakteristik Tampilan *Banner Ads*

Berilah tanda (x) pada salah satu jawaban yang telah disediakan untuk setiap pernyataan.

Keterangan:

STS : Sangat tidak setuju

TS : Tidak setuju

R : Ragu-ragu

S : Setuju

SS : Sangat setuju

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1.	<i>Banner ads</i> dengan ukuran besar menarik.					
2.	<i>Banner ads</i> dengan ukuran besar memudahkan saya untuk membaca pesan iklan.					
3.	<i>Banner ads</i> dengan ukuran besar menunjukkan imej produk.					
4.	<i>Banner ads</i> dengan ukuran besar lebih mempengaruhi pandangan.					
5.	<i>Banner ads</i> dengan ukuran tulisan (<i>font size</i>) besar lebih menarik.					
6.	<i>Banner ads</i> dengan posisi vertikal menarik.					

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
7.	<i>Banner ads</i> dengan posisi vertikal berkesan unik.					
8.	<i>Banner ads</i> dengan posisi vertikal lebih mempengaruhi pandangan.					
9.	<i>Banner ads</i> dengan posisi vertikal menimbulkan rasa ingin tahu.					
10.	Gambar iklan berada diposisi paling atas menarik.					
11.	<i>Banner ads</i> yang beranimasi menarik.					
12.	<i>Banner ads</i> yang beranimasi menimbulkan rasa ingin tahu.					
13.	<i>Banner ads</i> yang beranimasi memberi kesan istimewa.					
14.	<i>Banner ads</i> yang beranimasi lebih mempengaruhi pandangan.					
15.	Animasi teks yang muncul setelah gambar adalah menarik.					
16.	Saya akan meng-klik <i>banner ads</i> setiap kali mengakses internet.					
17.	Saya akan meng-klik <i>banner ads</i> yang menarik.					

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
18.	Saya akan meng-klik <i>banner ads</i> yang mempengaruhi pandangan.					
19.	Saya akan meng-klik <i>banner ads</i> yang unik.					
20.	Saya akan meng-klik <i>banner ads</i> yang menimbulkan rasa ingin tahu.					

Terima Kasih



UKURAN BANNER ADS**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,772	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
q1	3,63	1,190	35
q2	4,14	,879	35
q3	3,23	1,114	35
q4	4,20	,632	35
q5	3,54	1,094	35

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1	15,11	7,575	,633	,698
q2	14,60	8,659	,716	,678
q3	15,51	8,375	,546	,730
q4	14,54	10,903	,439	,767
q5	15,20	8,929	,461	,761

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
18,74	13,138	3,625	5

POSISI BANNER ADS**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,649	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
q6	3,17	1,071	35
q7	3,49	,919	35
q8	3,43	,884	35
q9	3,31	,963	35
q10	3,34	1,056	35

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q6	13,57	5,487	,675	,442
q7	13,26	6,491	,573	,518
q8	13,31	6,987	,482	,564
q9	13,43	5,782	,715	,437
q10	13,40	10,129	-,182	,846

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16,74	10,020	3,165	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,846	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
q6	3,17	1,071	35
q7	3,49	,919	35
q8	3,43	,884	35
q9	3,31	,963	35

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q6	10,23	5,064	,813	,743
q7	9,91	6,198	,674	,809
q8	9,97	6,734	,570	,850
q9	10,09	5,963	,688	,802

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
13,40	10,129	3,183	4

ANIMASI BANNER ADS**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,914	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
q11	4,00	1,057	35
q12	3,91	1,067	35
q13	4,00	1,057	35
q14	4,06	,938	35
q15	3,77	,690	35

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q11	15,74	10,726	,832	,884
q12	15,83	10,264	,907	,867
q13	15,74	10,314	,910	,866
q14	15,69	12,339	,666	,917
q15	15,97	13,911	,626	,926

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19,74	17,608	4,196	5

CLICK THROUGH**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,773	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
q16	2,51	,919	35
q17	3,43	1,170	35
q18	3,14	1,167	35
q19	3,80	1,052	35
q20	4,00	,939	35

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q16	14,37	10,534	,535	,736
q17	13,46	8,550	,680	,679
q18	13,74	9,491	,518	,743
q19	13,09	9,375	,636	,699
q20	12,89	11,339	,372	,783

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16,89	14,575	3,818	5

Regression

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Animasi_Tidak, Posisi, Ukuran(a)	.	Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Click_through

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,383(a)	,146	,064	,73881

a Predictors: (Constant), Animasi_Tidak, Posisi, Ukuran

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,901	3	,967	1,771	,173(a)
	Residual	16,921	31	,546		
	Total	19,822	34			

a Predictors: (Constant), Animasi_Tidak, Posisi, Ukuran

b Dependent Variable: Click_through

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,364	1,052		1,297	,204
	Ukuran	,287	,204	,272	1,403	,171
	Posisi	,087	,166	,091	,524	,604
	Animasi_Tidak	,164	,179	,180	,913	,368

a Dependent Variable: Click_through

T-Test**Group Statistics**

	Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Ukuran	Pria	17	3,5765	,70314	,17054
	Wanita	18	3,9111	,72671	,17129
Posisi	Pria	17	3,5000	,89268	,21651
	Wanita	18	3,2083	,68733	,16201
Animasi_Tidak	Pria	17	3,8588	1,03625	,25133
	Wanita	18	4,0333	,61835	,14575
Click_through	Pria	17	3,3059	,75537	,18320
	Wanita	18	3,4444	,78682	,18546

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Ukuran	Equal variances assumed	,044	,835	-1,383	33	,176	-,33464	,24194	-,82687	,15759
	Equal variances not assumed			-1,384	32,978	,176	-,33464	,24171	-,82641	,15713
Posisi	Equal variances assumed	2,325	,137	1,087	33	,285	,29167	,26838	-,25436	,83769
	Equal variances not assumed			1,079	30,063	,289	,29167	,27041	-,26053	,84387
Animasi_Tidak	Equal variances assumed	4,888	,034	-,609	33	,547	-,17451	,28650	-,75739	,40837
	Equal variances not assumed			-,601	25,822	,553	-,17451	,29053	-,77190	,42288
Click_rough	Equal variances assumed	,096	,759	-,531	33	,599	-,13856	,26100	-,66957	,39245
	Equal variances not assumed			-,532	32,989	,599	-,13856	,26069	-,66894	,39182

Tampilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	34,3	34,3	34,3
	2	7	20,0	20,0	54,3
	3	1	2,9	2,9	57,1
	4	2	5,7	5,7	62,9
	5	8	22,9	22,9	85,7
	6	3	8,6	8,6	94,3
	7	1	2,9	2,9	97,1
	8	1	2,9	2,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Tampilan_pria

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	29,4	29,4	29,4
	2	3	17,6	17,6	47,1
	4	1	5,9	5,9	52,9
	5	5	29,4	29,4	82,4
	6	2	11,8	11,8	94,1
	8	1	5,9	5,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Tampilan_wanita

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	38,9	38,9	38,9
	2	4	22,2	22,2	61,1
	3	1	5,6	5,6	66,7
	4	1	5,6	5,6	72,2
	5	3	16,7	16,7	88,9
	6	1	5,6	5,6	94,4
	7	1	5,6	5,6	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Warna

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	5,7	5,7	5,7
	2	3	8,6	8,6	14,3
	3	20	57,1	57,1	71,4
	4	2	5,7	5,7	77,1
	5	8	22,9	22,9	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Warna_pria

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	5,9	5,9	5,9
	3	9	52,9	52,9	58,8
	4	2	11,8	11,8	70,6
	5	5	29,4	29,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Warna_wanita

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	11,1	11,1	11,1
	2	2	11,1	11,1	22,2
	3	11	61,1	61,1	83,3
	5	3	16,7	16,7	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Komposisi_teks

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	28,6	28,6	28,6
	2	15	42,9	42,9	71,4
	3	10	28,6	28,6	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Komposisi_teks_pria

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	11,8	11,8	11,8
	2	10	58,8	58,8	70,6
	3	5	29,4	29,4	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Komposisi_teks_wanita

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	44,4	44,4	44,4
	2	5	27,8	27,8	72,2
	3	5	27,8	27,8	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Bentuk animasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	14,3	14,3	14,3
	2	1	2,9	2,9	17,1
	3	5	14,3	14,3	31,4
	4	10	28,6	28,6	60,0
	5	14	40,0	40,0	100,0
	Total	35	100,0	100,0	

Bentuk animasi pria

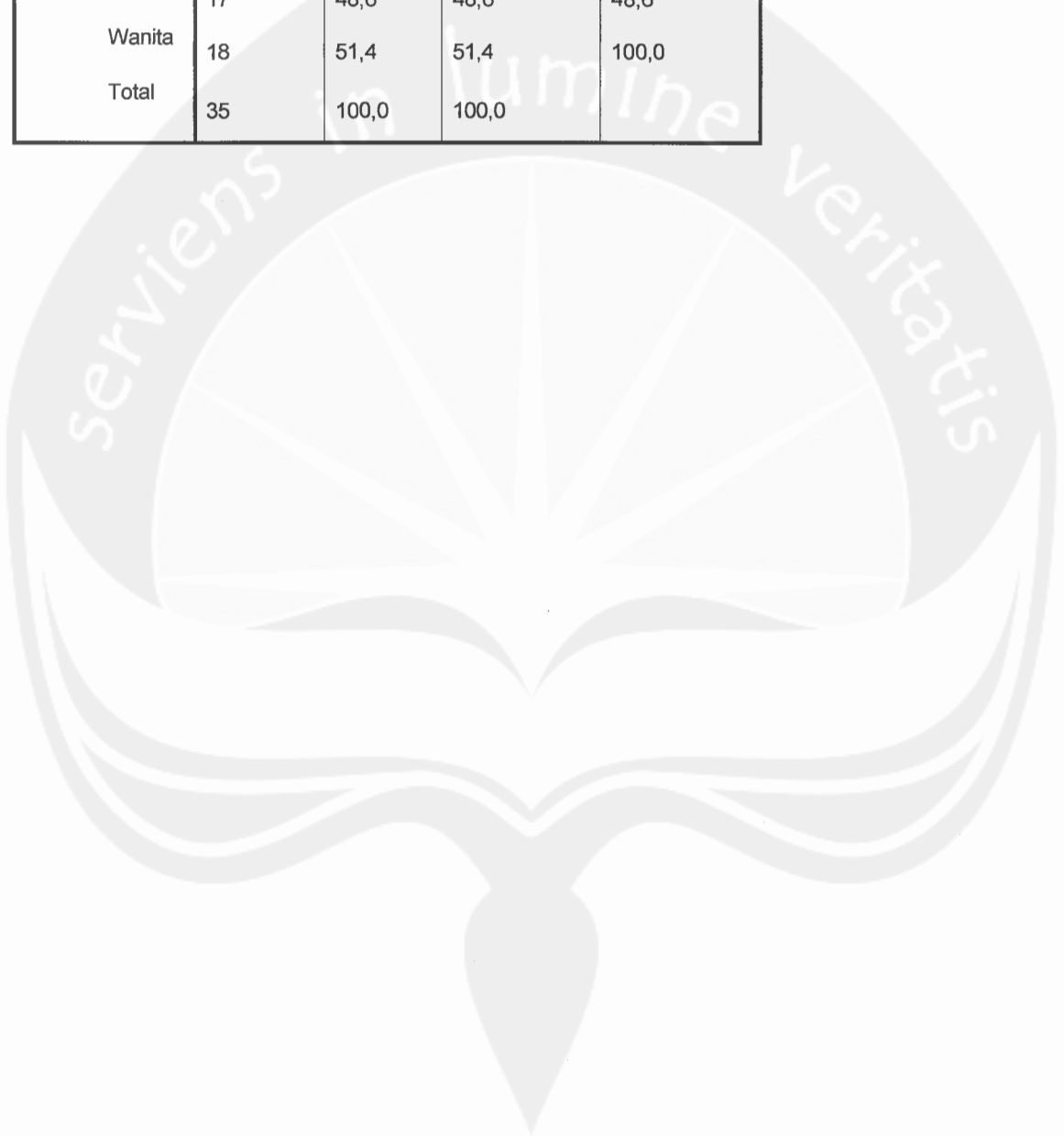
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	17,6	17,6	17,6
	4	5	29,4	29,4	47,0
	5	9	52,9	52,9	100,0
	Total	17	100,0	100,0	

Bentuk animasi wanita

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	27,8	27,8	27,8
	2	1	5,6	5,6	33,3
	3	2	11,1	11,1	44,4
	4	1	5,6	5,6	50,0
	5	9	50,0	50,0	100,0
	Total	18	100,0	100,0	

Gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	17	48,6	48,6	48,6
	Wanita	18	51,4	51,4	100,0
	Total	35	100,0	100,0	





serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN B

ANALISA KEBUTUHAN

I. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan masukan kepada para pengiklan mengenai desain *banner ads* yang disukai oleh konsumen. Sehingga *banner ads* yang ditampilkan pada web akan sesuai dengan keinginan konsumen dan konsumen dapat tertarik terhadap produk yang kita iklankan.

II. Lingkup Masalah

Perilaku konsumen dalam meng-klik *banner ads* sangat dipengaruhi oleh tampilan dari *banner ads*. Elemen-elemen dari tampilan *banner ads* yang menentukan desain sebuah *banner* adalah ukuran (besar atau kecil), posisi (vertikal atau horisontal), komposisi teks dan gambar, warna, dan animasi. Desain *banner ads* ini dibuat berdasarkan kuesioner yang telah diisi oleh 35 partisipan. Desain *banner ads* menggunakan Macromedia Flash 8.

III. Fungsi Produk

Desain *banner ads* ini berfungsi sebagai referensi kepada para pengiklan untuk mendesain *banner ads* sesuai dengan kriteria tampilan yang disukai oleh konsumen. Sehingga *banner* mereka akan menarik perhatian para pengguna web dan “memancing” rasa ingin tahu para pengguna untuk mengetahui produk lebih detail.

IV. Karakteristik Pengguna

Desain *banner* yang dibuat dalam penelitian ini, dibedakan berdasarkan karakteristik jenis kelamin partisipan yaitu desain *banner* yang disukai pria, dan desain *banner* yang disukai oleh wanita. Selain itu, desain juga dibuat secara umum/*general* tanpa membedakan karakteristik jenis kelamin partisipan. Perbedaan karakteristik jenis kelamin tersebut dimaksudkan karena diperkirakan bahwa selera/kesukaan konsumen pria berbeda dengan selera/kesukaan konsumen wanita, sehingga diasumsikan bahwa mereka akan mempunyai pilihan yang berbeda juga terhadap kriteria *banner ads* sesuai dengan yang disukai mereka masing-masing.

V. Kebutuhan Perangkat Lunak dan Keras

5.1 Kebutuhan Perangkat Lunak

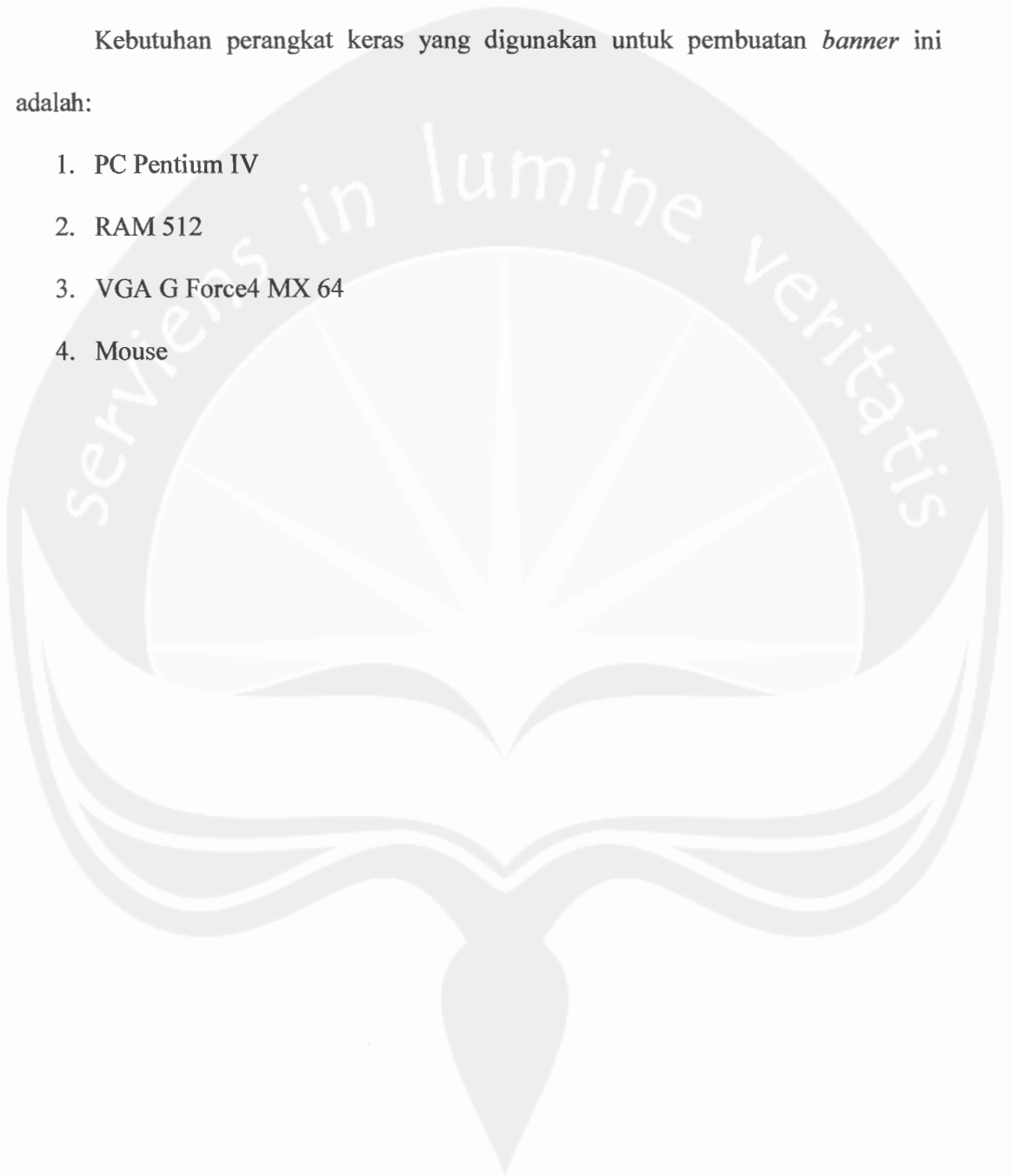
Kebutuhan perangkat lunak yang digunakan adalah:

1. Microsoft Windows XP, sebagai sistem operasi yang digunakan sebagai lingkungan tempat pembuatan desain *banner*.
2. Macromedia Flash 8, digunakan sebagai pembangunan utama *banner ads*.
3. Corel Draw 12, digunakan untuk menggambar *image* produk pada *banner ads*.
4. Adobe PhotoShop 7.0, digunakan untuk men-*cropping* gambar-gambar yang digunakan dalam perangkat lunak.

5.2 Kebutuhan Perangkat Keras

Kebutuhan perangkat keras yang digunakan untuk pembuatan *banner* ini adalah:


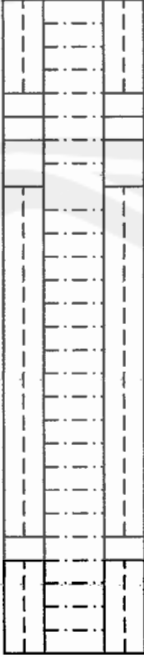

1. PC Pentium IV
2. RAM 512
3. VGA G Force4 MX 64
4. Mouse






PAPAN CERITA

No. Papan Cerita : PC (1) 1
 Nama Proyek : Analisis dan Desain Banner Ads
 Topik : Multimedia Banner Ads

T (Teks), G (Grafik), V (Video), S (Suara), A (Animasi)

Judul : Banner Secara Umum 1	
Monitor	
	

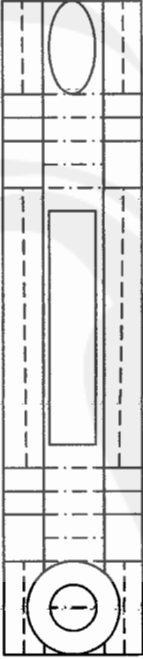
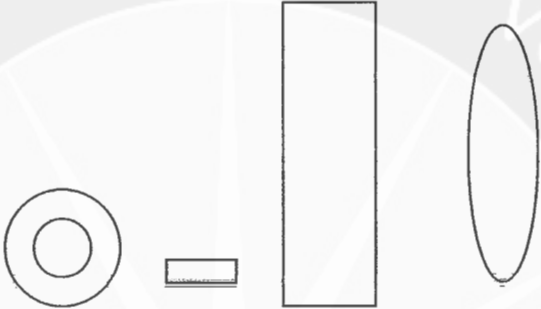
Arahkan Karangan : Teks, Grafik, Animasi	Arahkan Karangan : Teks, Grafik, Animasi
Arahkan Grafik : Teks, Grafik, Animasi	Background atau layar mula-mula berwarna putih
Background	Background biru dari frame 1 motion twen ke frame 11 Animasi dari atas ke bawah
	Background dari frame 11 motion twen ke frame 72 Animasi melebar ke kanan
	Background dari frame 8 motion twen ke frame 18 Animasi bergerak dari kanan ke kiri
	Objek warna kuning dari frame 14 motion twen ke frame 24 Animasi bergeser dari kiri ke kanan
	Objek warna kuning dari frame 20 motion twen ke frame 30 Animasi bergerak dari kanan ke kiri

Gambar C.1
 Papan Cerita Banner Secara Umum 1

PAPAN CERITA

No. Papan Cerita : PC (2) 1.1
 Nama Proyek : Analisis dan Desain *Banner Ads*
 Topik : Multimedia *Banner Ads*

T (Teks), **G** (Grafik), **V** (Video), **S** (Suara), **A** (Animasi)


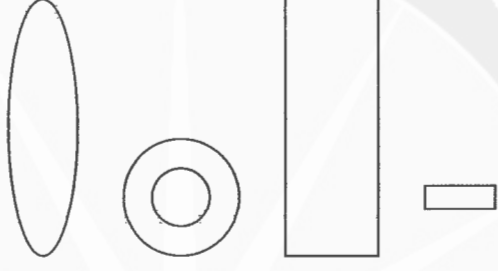
<p>Judul : <i>Banner</i> Secara Umum 2</p> <p>Monitor</p> 	<p>Arahan Grafik : Teks, Grafik, Animasi</p> 	<p>Arahan Karangan : Teks, Grafik, Animasi</p> <p>Logo produk dari frame 27 motion twen ke frame 37 Animasi dari besar ke kecil</p> <p>Objek kuning dari frame 29 motion twen ke frame 39 Animasi dari kiri ke kanan</p> <p>Font produk dari frame 33 motion twen ke frame 43 Animasi dari besar ke kecil</p> <p>Image produk dari frame 39 motion twen ke frame 49 Animasi fade-in bergerak dari kanan ke kiri</p>
---	--	---

Gambar C.2
 Papan Cerita *Banner* Secara Umum 2

PAPAN CERITA

No. Papan Cerita : PC (3) 1.2
 Nama Proyek : Analisis dan Desain Banner Ads
 Topik : Multimedia Banner Ads

T (Teks), G (Grafik), V (Video), S (Suara), A (Animasi)

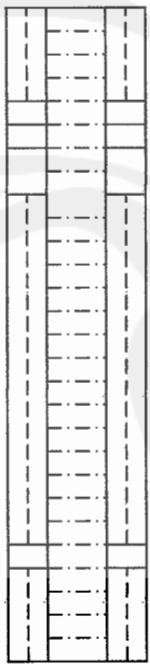



<p>Judul : <i>Banner</i> Secara Umum 3</p> <p>Monitor</p> 	<p>Arahan Grafik : Teks, Grafik, Animasi</p> 	<p>Arahan Karangan : Teks, Grafik, Animasi</p> <p>Image produk dari frame 49 motion twen ke frame 39 Animasi fade-in bergerak dari kiri ke kanan</p> <p>Logo produk dari frame 37 motion twen ke frame 27 Animasi dari kecil ke besar</p> <p>Font produk dari frame 43 motion twen ke frame 33 Animasi dari kecil ke besar</p> <p>Objek kuning dari frame 39 motion twen ke frame 29 Animasi dari kanan ke kiri</p>
---	--	---

Gambar C.3
 Papan Cerita *Banner* Secara Umum 3

PAPAN CERITA

No. Papan Cerita : PC (4) 1.3
 Nama Proyek : Analisis dan Desain Banner Ads
 Topik : Multimedia Banner Ads

T (Teks), **G (Grafik)**, V (Video), S (Suara), **A (Animasi)**

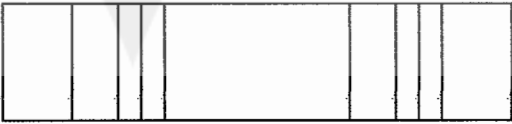

Judul : <i>Banner Secara Umum 4</i> Monitor 	Arahan Karangan : Teks, Grafik, Animasi Objek warna kuning dari frame 30 motion twen ke frame 20 Animasi bergerak dari kiri ke kanan Objek warna kuning dari frame 24 motion twen ke frame 14 Animasi bergeser dari kanan ke kiri Background dari frame 18 motion twen ke frame 8 Animasi bergerak dari kiri ke kanan Background dari frame 72 motion twen ke frame 11 Animasi mengecil ke kiri Background biru dari frame 11 motion twen ke frame 1 Animasi dari bawah ke atas Background atau layar kembali berwarna putih
Arahan Grafik : Teks, Grafik, Animasi    Background	

Gambar C.4
Papan Cerita Banner Secara Umum 4

PAPAN CERITA

No. Papan Cerita : PC (5) 2
 Nama Proyek : Analisis dan Desain Banner Ads
 Topik : Multimedia Banner Ads

T (Teks), G (Grafik), V (Video), S (Suara), A (Animasi)

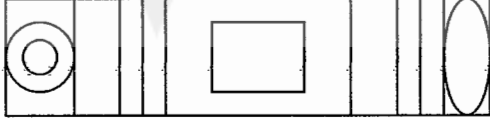

<p>Judul : <i>Banner Yang disukai Pria 1</i></p> <p>Monitor</p> 	<p>Arahan Grafik : Teks, Grafik, Animasi</p> <p>Background</p> 	<p>Arahan Karangan : Teks, Grafik, Animasi</p> <p>Background atau layar mula-mula berwarna putih</p> <p>Background biru dari frame 1 motion twen ke frame 7</p> <p>Animasi dari atas ke bawah</p> <p>Background dari frame 8 motion twen ke frame 15</p> <p>Animasi dari bawah ke atas</p> <p>Objek warna kuning dari frame 14 motion twen ke frame 21</p> <p>Animasi bergeser dari kiri ke kanan</p> <p>Objek warna kuning dari frame 17 motion twen ke frame 24</p> <p>Animasi bergerak dari kiri ke kanan</p> <p>Objek warna kuning dari frame 20 motion twen ke frame 28</p> <p>Animasi bergerak dari kiri ke kanan</p> <p>Objek warna kuning dari frame 25 motion twen ke frame 32</p> <p>Animasi bergerak dari kiri ke kanan</p>
--	---	--

Gambar C.5
Papan Cerita Banner Yang Disukai Pria 1

PAPAN CERITA

No. Papan Cerita : PC (6) 2.1
 Nama Proyek : Analisis dan Desain Banner Ads
 Topik : Multimedia Banner Ads

T (Teks), G (Grafik), V (Video), S (Suara), A (Animasi)

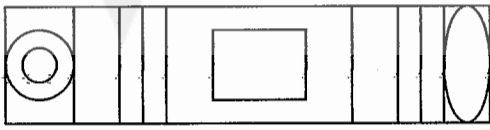
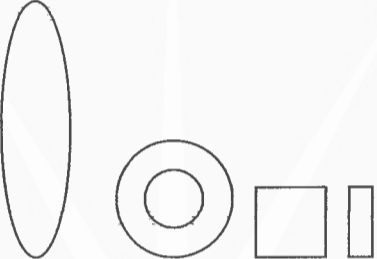
<p>Judul : <i>Banner Yang Disukai Pria 2</i></p> <p>Monitor</p> 	<p>Arahan Grafik : Teks, Grafik, Animasi</p> 	<p>Arahan Karangan : Teks, Grafik, Animasi</p>
		<p>Objek biru dari frame 29 motion twen ke frame 38 Animasi bergerak dari kiri ke kanan Logo produk dari frame 40 motion twen ke frame 50 Animasi fade-in Image produk dari frame 45 motion twen ke frame 55 Animasi fade-in bergerak dari bawah ke atas Font produk dari frame 55 motion twen ke frame 80 Animasi fade-in Font produk dari frame 80 motion twen ke frame 55 Animasi fade-out</p>

Gambar C.6
Papan Cerita Banner Yang Disukai Pria 2

PAPAN CERITA

No. Papan Cerita : PC (7) 2.2
 Nama Proyek : Analisis dan Desain Banner Ads
 Topik : Multimedia Banner Ads

T (Teks), G (Grafik), V (Video), S (Suara), A (Animasi)

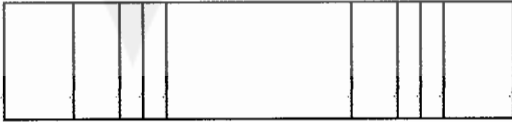
<p>Judul : Banner Yang Disukai Pria 3</p>	
<p>Arahan Grafik : Teks, Grafik, Animasi</p>	
<p>Arahan Karangan : Teks, Grafik, Animasi</p>	<p>Image produk dari frame 55 motion twen ke frame 45 Animasi fade-out bergerak dari atas ke bawah Logo produk dari frame 50 motion twen ke frame 40 Animasi fade-out Objek biru dari frame 38 motion twen ke frame 29 Animasi bergerak dari kanan ke kiri Objek warna kuning dari frame 32 motion twen ke frame 25 Animasi bergerak dari kanan ke kiri Objek warna kuning dari frame 28 motion twen ke frame 20 Animasi bergerak dari kanan ke kiri</p>

Gambar C.7
 Papan Cerita Banner Yang Disukai Pria 3

PAPAN CERITA

No. Papan Cerita : PC (8) 2.3
 Nama Proyek : Analisis dan Desain *Banner Ads*
 Topik : Multimedia *Banner Ads*

T (Teks), **G** (Grafik), V (Video), S (Suara), **A** (Animasi)


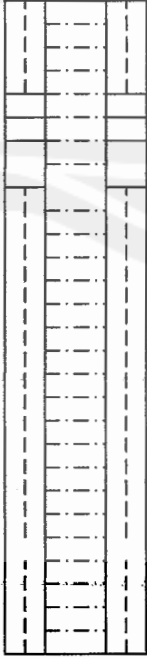


<p>Judul : <i>Banner Yang disukai Pria 4</i></p> <p>Monitor</p> 	<p>Arahan Grafik : Teks, Grafik, Animasi</p> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 20px; margin: 5px 0;"></div> <div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 40px; margin: 5px 0;"></div> <p>Background</p>	<p>Arahan Karangan : Teks, Grafik, Animasi</p> <p>Objek warna kuning dari frame 24 motion twen ke frame 17 Animasi bergerak dari kanan ke kiri</p> <p>Objek warna kuning dari frame 21 motion twen ke frame 14 Animasi bergeser dari kanan ke kiri</p> <p>Background dari frame 15 motion twen ke frame 8 Animasi dari atas ke bawah</p> <p>Background biru dari frame 7 motion twen ke frame 1 Animasi dari bawah ke atas</p> <p>Background atau layar kembali berwarna putih</p>
--	--	--

Gambar C.8
Papan Cerita Banner Yang Disukai Pria 4

PAPAN CERITA

No. Papan Cerita : PC (9) 3
 Nama Projek : Analisis dan Desain Banner Ads
 Topik : Multimedia Banner Ads

T (Teks), G (Grafik), V (Video), S (Suara), A (Animasi)

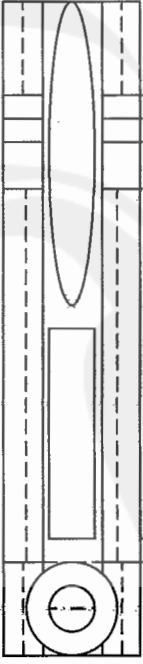




<p>Judul : <i>Banner Yang Disukai Wanita 1</i></p> <p>Monitor</p>  	<p>Arahan Karangan : Teks, Grafik, Animasi</p> <p>Arahan Grafik : Teks, Grafik, Animasi</p> <p>Background</p>   <p>Background atau layar mula-mula berwarna putih</p> <p>Background biru dari frame 1 motion twen ke frame 11</p> <p>Animasi dari atas ke bawah</p> <p>Background dari frame 8 motion twen ke frame 18</p> <p>Animasi bergerak dari kanan ke kiri</p> <p>Objek warna kuning dari frame 15 motion twen ke frame 24</p> <p>Animasi bergeser dari kanan ke kiri</p> <p>Objek warna kuning dari frame 15 motion twen ke frame 24</p> <p>Animasi bergeser dari kanan ke kiri</p> <p>Background biru dari frame 26 motion twen ke frame 35</p> <p>Animasi bergerak dari kanan ke kiri</p>
---	---

Gambar C.9
 Papan Cerita Banner Yang Disukai Wanita 1

PAPAN CERITA

No. Papan Cerita : PC (10) 3.1
 Nama Proyek : Analisis dan Desain Banner Ads
 Topik : Multimedia Banner Ads

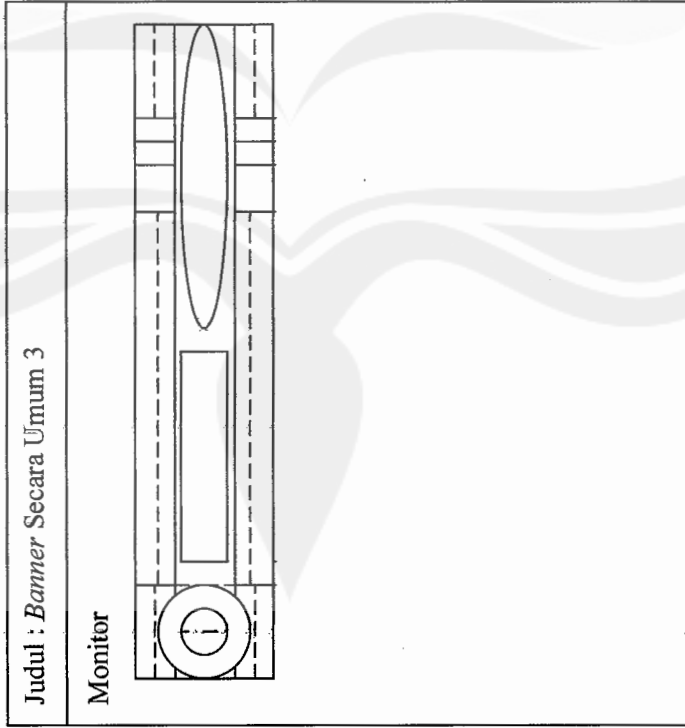
T (Teks), **G** (Grafik), **V** (Video), **S** (Suara), **A** (Animasi)

<p>Judul : <i>Banner</i> Secara Umum 2</p> <p>Monitor</p> 	<p>Arahan Grafik : Teks, Grafik, Animasi</p>    	<p>Arahan Karangan : Teks, Grafik, Animasi</p> <p>Image produk dari frame 31 motion twen ke frame 40 Animasi fade-in bergerak dari kiri ke kanan</p> <p>Logo produk dari frame 35 motion twen ke frame 45 Animasi fade in dari besar ke kecil</p> <p>Font produk dari frame 40 motion twen ke frame 50 Animasi fade in dari besar ke kecil</p> <p>Font produk dari frame 50 motion twen ke frame 40 Animasi fade-out dari kecil ke besar</p> <p>Image produk dari frame 40 motion twen ke frame 31 Animasi fade-out bergerak dari kiri ke kanan</p>
---	---	---

Gambar C.10
 Papan Cerita *Banner* Yang Disukai Wanita 2

PAPAN CERITA

No. Papan Cerita : PC (11) 3.1
 Nama Proyek : Analisis dan Desain Banner Ads
 Topik : Multimedia Banner Ads



Arahan Grafik : Teks, Grafik, Animasi	Arahan Karangan : Teks, Grafik, Animasi
	<p>Logo produk dari frame 45 motion twen ke frame 35 Animasi fade-out dari kecil ke besar Background biru dari frame 35 motion twen ke frame 26 Animasi bergerak dari kiri ke kanan Objek warna kuning dari frame 24 motion twen ke frame 15 Animasi bergeser dari kiri ke kanan Background biru dari frame 11 motion twen ke frame 1 Animasi dari bawah ke atas Background dari frame 18 motion twen ke frame 8 Animasi bergerak dari kiri ke kanan Background atau layar kembali berwarna putih</p>

Gambar C.11
 Papan Cerita *Banner* Yang Disukai Wanita 3

nTabel Uji Coba *Banner Ads* Kepada Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Pilihan	Alasan
1	Deasy	P	C	Pada umumnya orang akan melihat hal yang sama antara teks dengan produknya.
2	Agus	L	C	Kebiasaan orang membaca pada umumnya dari kiri ke kanan dan ukuran gambar yang besar akan memperjelas produk yang dipromosikan.
3	Anton	L	A	Posisi horisontal lebih cenderung dinamis dan enak dilihat, dan komposisi teks dan gambarnya lebih mengena dengan background
4	Viktor	L	A	Dapat mengetahui <i>brand</i> yang ditampilkan dengan lebih baik
5	Findra	P	A	Terlihat lebih jelas dan enak dibaca, gambarnya cukup, dan tulisannya besar
6	Jarot	L	A	Nama produk dan gambar jelas
7	Rio	L	C	Logo, gambar, dan tulisan terasa lebih seimbang dan pas
8	Devi	P	A	Lambang dan tulisannya terlihat lebih jelas dan lebih menarik mata
9	Dhita	P	A	Ukuran <i>brand</i> -nya besar sehingga orang dapat membaca dengan jelas
10	Yuni	P	A	Lebih menarik, tulisan lebih jelas
11	Adhit	L	A	Sudah terbiasa dengan model <i>banner</i> tersebut
12	Lina	P	C	Komposisi seimbang antara gambar dan tulisan
13	Cathrin	P	B	Tidak seperti <i>banner</i> pada umumnya, hanya tulisan kurang jelas
14	Carolina	P	B	Lebih jelas tulisannya
15	Satriyo	L	C	Gambar dan teks harus seimbang karena ada orang yang suka teks, ada yang suka gambar
16	Lisa	P	A	Tulisan pada terlihat lebih jelas
17	Daniel	L	C	Konsumen dapat melihat dengan jelas gambar produk yang dikeluarkan
18	Floren	L	A	Tulisan terlihat dengan jelas, dan sesuai dengan gaya membaca orang pada umumnya
19	Bayu	L	C	Penulisan <i>brand</i> lebih kelihatan cocok dan tidak menutupi gambar
20	Hariyanto	L	C	Lebih proporsional dan mudah dilihat
21	Ladyyani	P	A	Dengan tulisan lebih jelas maka akan tampak apa yang akan ditawarkan

Tabel Uji Coba *Banner Ads* Kepada Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Pilihan	Alasan
22	Bertha	P	A	Tulisan tampak jelas
23	Alvina	P	A	Nama produk jelas, dan posisi horisontal lebih mudah dibaca
24	Viona	P	A	Tulisan lebih besar sehingga mudah dibaca
25	Ovie	P	A	Lebih jelas mereknya dan bentuknya lebih komunikatif.
26	Ninda	P	C	Lebih menarik karena banyak gambar dan enak dilihat.
27	Ratih	P	A	Lebih jelas tulisan mereknya.
28	Dinus	L	A	Tulisannya menarik, terbaca jelas, komposisi warnanya pas, posisi horisontal lebih nyaman dilihat
29	Nanang	L	A	Komposisi teks yang lebih besar membuat kita dapat melihat merek dan pesan yang disampaikan dengan lebih jelas.
30	Samuel	L	B	Posisi <i>banner</i> vertikal lebih variatif sehingga lebih menarik.

Sumber: data primer 2007

serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN C



DATA JAWABAN RESPONDEN

NAMA	GENDER	TAMPILAN	WARNA	KOMPOSISI	ANIMASI
r1	1	1	3	2	5
r2	2	1	3	1	5
r3	1	5	5	3	5
r4	1	6	2	3	5
r5	2	4	3	1	5
r6	2	1	3	1	5
r7	2	1	5	2	5
r8	2	2	3	3	5
r9	1	5	4	2	5
r10	2	7	5	2	5
r11	2	2	5	3	5
r12	1	5	3	2	5
r13	2	5	1	1	5
r14	2	3	2	2	2
r15	1	5	3	2	5
r16	1	8	3	2	3
r17	2	5	1	3	1
r18	1	2	4	1	4
r19	1	1	3	2	5
r20	2	5	3	3	1
r21	2	2	3	2	3
r22	1	6	5	3	4
r23	2	1	3	3	4
r24	1	1	3	2	4
r25	2	1	3	1	1
r26	2	6	3	1	1
r27	2	2	3	1	5
r28	1	1	5	2	3
r29	1	5	5	2	5
r30	1	4	3	2	4
r31	2	1	3	1	1
r32	2	1	2	2	3
r33	1	2	5	3	3
r34	1	2	3	1	4
r35	1	1	3	3	5

DATA JAWABAN RESPONDEN

NAMA	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5
r1	4	4	2	5	3
r2	4	4	2	4	4
r3	2	4	2	4	4
r4	2	4	4	5	5
r5	4	4	4	4	4
r6	5	5	4	5	4
r7	4	4	4	4	4
r8	2	4	3	4	2
r9	4	5	2	4	4
r10	3	3	3	2	3
r11	5	5	4	5	5
r12	4	5	3	4	4
r13	5	5	5	5	5
r14	3	2	4	4	2
r15	5	5	2	5	4
r16	2	4	2	4	4
r17	2	4	2	4	2
r18	4	5	3	5	4
r19	4	4	2	4	2
r20	5	4	4	4	2
r21	5	5	5	5	5
r22	2	3	3	4	3
r23	4	5	4	5	3
r24	4	5	4	4	4
r25	5	5	2	4	2
r26	4	4	4	4	3
r27	4	4	4	4	4
r28	4	4	4	4	4
r29	3	4	3	3	5
r30	1	2	1	4	4
r31	4	4	4	4	2
r32	4	5	5	5	5
r33	1	2	1	4	1
r34	4	4	4	4	4
r35	5	5	4	4	4

DATA JAWABAN RESPONDEN

NAMA	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
r1	3	3	2	2	4
r2	4	4	2	2	2
r3	4	4	4	4	2
r4	3	4	4	3	3
r5	4	3	4	3	3
r6	3	3	3	3	4
r7	4	4	4	4	4
r8	2	2	2	3	4
r9	2	2	4	3	4
r10	2	2	3	2	3
r11	3	3	3	3	4
r12	2	3	2	4	5
r13	5	5	4	4	4
r14	2	3	4	2	2
r15	4	4	4	4	4
r16	5	5	5	5	5
r17	4	4	4	4	2
r18	2	3	4	2	2
r19	2	4	3	2	4
r20	4	5	4	4	2
r21	2	3	3	4	4
r22	4	4	4	4	3
r23	2	2	4	2	4
r24	2	2	2	2	3
r25	3	3	3	3	4
r26	4	4	4	4	4
r27	2	4	2	4	4
r28	2	2	3	3	4
r29	5	4	4	5	2
r30	4	5	5	4	2
r31	2	4	2	2	2
r32	3	4	3	3	5
r33	5	4	4	5	1
r34	4	4	4	4	4
r35	3	3	4	4	4

DATA JAWABAN RESPONDEN

NAMA	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15
r1	5	5	5	5	4
r2	4	4	4	4	3
r3	4	4	4	5	4
r4	4	4	5	5	4
r5	4	3	3	3	3
r6	5	5	5	5	5
r7	4	4	4	4	4
r8	4	4	4	4	4
r9	4	4	5	5	4
r10	3	2	3	3	4
r11	3	4	3	3	4
r12	5	5	5	4	4
r13	5	5	5	5	5
r14	3	4	3	4	4
r15	5	5	5	5	4
r16	2	2	2	4	4
r17	5	5	5	5	4
r18	2	2	2	3	3
r19	5	5	5	5	4
r20	5	5	5	4	4
r21	4	4	4	4	4
r22	2	3	4	4	3
r23	5	5	5	5	4
r24	5	4	4	5	4
r25	5	5	4	4	4
r26	3	3	4	3	4
r27	4	4	4	4	4
r28	5	4	5	5	4
r29	5	4	4	2	4
r30	2	2	2	4	2
r31	4	4	4	4	2
r32	4	4	4	4	4
r33	2	1	1	1	2
r34	4	4	4	4	4
r35	5	5	5	4	4

DATA JAWABAN RESPONDEN

NAMA	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20
r1	3	4	4	5	5
r2	2	4	2	4	4
r3	1	1	2	4	4
r4	3	4	5	3	4
r5	3	3	3	4	3
r6	3	5	5	5	5
r7	2	2	2	2	2
r8	2	3	2	4	4
r9	2	4	2	4	4
r10	3	2	5	2	1
r11	3	4	4	5	5
r12	2	4	2	5	4
r13	4	4	5	5	5
r14	2	2	2	3	3
r15	1	2	2	2	4
r16	4	5	5	5	5
r17	4	5	4	5	5
r18	2	4	4	4	5
r19	2	5	3	5	4
r20	4	4	2	4	4
r21	2	2	2	4	5
r22	4	2	2	4	3
r23	1	2	3	4	2
r24	3	4	4	4	4
r25	3	4	3	4	4
r26	4	4	3	4	4
r27	2	5	4	4	4
r28	3	3	4	4	4
r29	2	4	3	4	5
r30	2	4	2	2	4
r31	2	4	4	4	4
r32	3	4	4	4	4
r33	1	1	1	1	5
r34	2	4	2	2	4
r35	2	2	4	4	4

DATA JAWABAN RESPONDEN

NAMA	Ukuran	Posisi	Animasi	Click Through
r1	3,6	2.5	4,8	4,2
r2	3,6	3	3,8	3,2
r3	3,2	4	4,2	2,4
r4	4	3.5	4,4	3,8
r5	4	3.5	3,2	3,2
r6	4,6	3	5	4,6
r7	4	4	4	2
r8	3	2.25	4	3
r9	3,8	2.75	4,4	3,2
r10	2,8	2.25	3	2,6
r11	4,8	3	3,4	4,2
r12	4	2.75	4,6	3,4
r13	5	4.5	5	4,6
r14	3	2.75	3,6	2,4
r15	4,2	4	4,8	2,2
r16	3,2	5	2,8	4,8
r17	2,8	4	4,8	4,6
r18	4,2	2.75	2,4	3,8
r19	3,2	2.75	4,8	3,8
r20	3,8	4.25	4,6	3,6
r21	5	3	4	3
r22	3	4	3,2	3
r23	4,2	2.5	4,8	2,4
r24	4,2	2	4,4	3,8
r25	3,6	3	4,4	3,6
r26	3,8	4	3,4	3,8
r27	4	3	4	3,8
r28	4	2.5	4,6	3,6
r29	3,6	4.5	3,8	3,6
r30	2,4	4.5	2,4	2,8
r31	3,6	2.5	3,6	3,6
r32	4,8	3.25	4	3,8
r33	1,8	4.5	1,4	1,8
r34	4	4	4	2,8
r35	4,4	3.5	4,6	3,2

Sumber: data primer 2007

TABEL R 5% SATU SISI

Df	r
1	0,9511
2	0,8000
3	0,6870
4	0,6084
5	0,5509
6	0,5067
7	0,4716
8	0,4428
9	0,4187
10	0,3981
20	0,2841
30	0,2327
31	0,2289
32	0,2254
33	0,2220
34	0,2187
35	0,2156

Sumber: pengolahan data primer 2007

TABEL DISTRIBUSI F 5%

df_2	F-df1_5	F_df2_5	F_df3_5
1	161,4476	199,5	215,7073
2	18,5128	19	19,1643
3	10,128	9,5521	9,2766
4	7,7086	6,9443	6,5914
5	6,6079	5,7861	5,4095
6	5,9874	5,1433	4,7571
7	5,5914	4,7374	4,3468
8	5,3177	4,459	4,0662
9	5,1174	4,2565	3,8625
10	4,9646	4,1028	3,7083
20	4,3512	3,4928	3,0984
30	4,1709	3,3158	2,9223
31	4,1596	3,3048	2,9113
32	4,1491	3,2945	2,9011
33	4,1393	3,2849	2,8916
34	4,13	3,2759	2,8826
35	4,1213	3,2674	2,8742

Sumber: pengolahan data primer 2007

TABEL DISTRIBUSI T

df	t ₅	t _{2,5}
1	6,3138	12,7062
2	2,92	4,3027
3	2,3534	3,1824
4	2,1318	2,7764
5	2,015	2,5706
6	1,9432	2,4469
7	1,8946	2,3646
8	1,8595	2,306
9	1,8331	2,2622
10	1,8125	2,2281
20	1,7247	2,086
30	1,6973	2,0423
31	1,6955	2,0395
32	1,6939	2,0369
33	1,6924	2,0345
34	1,6909	2,0322
35	1,6896	2,0301

Sumber: pengolahan data primer 2007