

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR HARGA, KUALITAS
LAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TIKET PESAWAT DI BANDARA
AHMAD YANI SEMARANG**
(Studi Pada Penumpang Pesawat Sriwijaya Air Jurusan Jakarta Semarang)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana Program Studi Transportasi**



**Disusun oleh:
AFIF FAUZAN AHMAD
NIM. 202304006**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MARITIM AMNI
SEMARANG
2023**

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Afif Fauzan Ahmad
Nomor Induk Mahasiswa : 202304006
Program Studi : S1 Transportasi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Faktor Harga, Kualitas Layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Sriwijaya Air Studi Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang**

Telah dinyatakan lulus ujian skripsi pada tanggal 14 Agustus 2023


Tim Penguji

1. Drs. Roesjanto, MM
NIDN. 0609086201



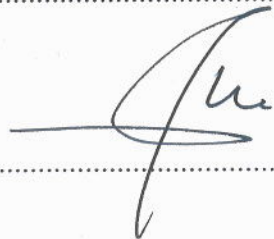
(.....)

2. Dr. Retno Mulatsih, S.E., MM
NIDN. 0027077605



(.....)

3. Andar Sri Sumantri, S.E., MM
NIDN. 0622107501



(.....)

Mengetahui:
Ketua Program Studi S1 Transportasi



Andar Sri Sumantri, S.E., MM
NIDN. 0622107501



SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

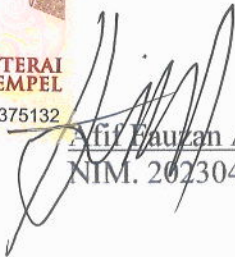
Nama : Afif Fauzan Ahmad
Nomor Induk Mahasiswa : 202304006
Judul Skripsi : **Analisis Pengaruh Faktor Harga, Kualitas layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Sriwijaya Air Studi Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang**

Menyatakan bahwa Skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri, yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada Program Sarjana Program Studi Transportasi ataupun pada Program Studi lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawaban sepenuhnya berada di pundak saya.

Semarang, 20 Juli 2023

Yang Menyatakan,




Afif Fauzan Ahmad
NIM. 202304006

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya ia mendapatkan pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Orang-orang yang bersabar mereka akan diberi balasan penuh tanpa batas”

(QS. Az-Zumar : 10)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah : 5)

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar bin Khattab)

“Bukan ingin menjadi lebih baik dari orang lain, tapi aku hanya ingin lebih baik dari diriku yang dulu”

(Ali bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya yang telah memberikan, kekuatan, kemudahan, kesehatan dan membekali saya dengan ilmu untuk menyelesaikan skripsi. Semoga keberhasilan ini menjadi awal untuk mencapai cita-cita saya.

Saya persembahkan karya ini kepada :

1. Sebagai tanda bakti dan hormat serta terima kasih saya persembahkan karya kecil ini kepada orang tua dan keluarga besar saya, yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan yang tak terhingga.
2. Terima kasih kepada dosen-dosen, terutama dosen pembimbing saya Bapak Drs. Roesjanto, MM, dan Ibu Dr. Retno Mulatsih, SE, MM yang tidak kenal lelah dan sabar memberikan bimbingan, arahan kepada saya.
3. Terima kasih kepada sahabat dan teman kelas ekstensi angkatan 2021.
4. Terima kasih kepada Ibunda tercinta yang telah memberi kan semangat dalam pembuatan skripsi ini.

Jika ada kesalahan yang disengaja dan tidak disengaja, saya mengucapkan permintaan maaf dari dalam lubuk hati saya. Terima kasih

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh harga, kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket sriwijaya AIR . Sampel pada penelitian ini berjumlah 97 pengguna pesawat sriwijaya air di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang dengan rute semarang jakart dengan sampling menggunakan *purposive sampling*.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis kuantitatif, data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan (*software*) *Statistic Package For Social Science* (SPSS) versi 26. Hasil penelitian dengan pengujian hipotesis uji-t secara parsial menunjukkan bahwa harga, kualitas layanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket sriwijaya AIR

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa model penelitian dari persamaan regresi linier berganda adalah $Y = 1,443 + 0,266 X_1 + 0,244 X_2 + 0,159 X_3 + \mu$. Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap peningkatan jumlah penumpang adalah variabel harga dengan koefisien regresi 0,266. Dan uji R^2 (Adjust R Square) didapatkan hasil sebesar 0,611 atau sebesar 61,1% yang berarti bahwa keputusan pembelian tiket dipengaruhi harga, kualitas layanan dan promosi yakni sebesar 61,1% dan faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian tiket sebesar 38,9% atau 0,389.

Kesimpulan dari hasil penelitian didapatkan bahwa Indikator kesesuaian harga dengan manfaat sudah cukup baik tetapi harus lebih ditingkatkan lagi agar harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kualitas jasa yang di tawarkan. Indikator empati sudah cukup baik tetapi harus lebih ditingkatkan lagi agar kualitas layanan pada sriwijaya air dapat memberikan kesan yang baik dan tidak membedakan satu dengan yang lainnya. indikator informasi layanan sudah baik sehingga perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan khususnya menjamin setiap informasi yang disampaikan kepada konsumen yang menggunakan maskapai sriwijaya air sesuai dengan yang ada dilapangan.

Kata kunci : Harga, Kualitas Layanan, Promosi Dan Keputusan Pembelian Tiket

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine whether or not there was an effect of price, service quality and promotion on the decision to purchase a Sriwijaya AIR ticket. The sample in this study was 97 Sriwijaya Air aircraft users at General Ahmad Yani International Airport, Semarang with the Semarang-Jakarta route, with sampling using purposive sampling.

Data analysis used in this study was descriptive analysis and quantitative analysis, data were analyzed using multiple linear regression analysis with the help of (software) Statistical Package For Social Science (SPSS) version 26. The results of the research by testing the hypothesis t-test partially showed that price, service quality and promotion have a positive and significant effect on the decision to purchase a Sriwijaya AIR ticket Based on the research results, it can be seen that the research model of the multiple linear regression equation is

$Y = 1,443 + 0,266 X_1 + 0,244 X_2 + 0,159 X_3 + \mu$. From the regression equation, it can be seen that the most dominant variable influencing the increase in the number of passengers is the price variable with a regression coefficient of 0,266. And the R² test (Adjust R Square) obtained a result of 0,611 or 61,1%, which means that ticket purchase decisions are influenced by price, service quality and promotion, namely 61,1% and other factors that influence ticket purchasing decisions by 38,9% or 0,389.

The conclusion from the research results is that the indicator of price compatibility with benefits is quite good, but it must be further improved so that the price offered to consumers is in accordance with the quality of the services offered. The empathy indicator is good enough but it needs to be further improved so that the quality of service at Sriwijaya Air can give a good impression and not differentiate one from another. airline Sriwijaya Air in accordance with what is in the field

Keyword : Price, Service Quality, Promotion And Ticket Purchasing Decision

KATA PENGANTAR

Segala puja dan puji syukur senantiasa Penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena tiada daya dan upaya selain atas kehendak-Nya yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan nikmat-Nya kepada penulis. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Junjungan kita Nabi besar Muhammad Shallallahu ‘Alaihi wa Sallam beserta keluarga, sahabat-sahabat beliau dan para pendahulu muslim yang telah mendahului semoga mendapat nikmat disisi-Nya. Amin.

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Faktor Harga, Kualitas layanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Sriwijaya Air Studi Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang”**. Adapun skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) Program Studi Transportasi di Universitas Maritim AMNI Semarang.


Pada kesempatan ini dengan segenap hati penulis mengucapkan terima kasih serta penghargaan yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung membantu sampai skripsi ini dapat terselesaikan, kepada yang terhormat :

1. Bapak Ir. Siswadi, MT selaku Rektor Universitas Maritim AMNI Semarang.
2. Ibu Dr. Retno Mulatsih, SE, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Maritim AMNI Semarang dan selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberi bimbingan kepada penulis dalam menyusun proposal skripsi ini
3. Ibu Andar Sri Sumantri, SE,MM selaku Ketua Program Studi Transportasi Universitas Maritim AMNI Semarang.
4. Bapak Drs. Roesjanto, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberi bimbingan kepada penulis dalam menyusun proposal skripsi ini.
5. Ibu Sulistyowati, S.Tr., M.M. selaku Dosen Wali.

6. Segenap Dosen Universitas Maritim AMNI Semarang yang telah berkenan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Untuk ibunda terimakasih telah memberikan bimbingan dan dukungan secara moril dan materil serta do'a untuk keberhasilan dan kebahagiaan penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini disusun jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan serta pengetahuan yang penulis miliki, maka dengan kerendahan hati penulis sangat berterimakasih atas kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki tulisan-tulisan di masa mendatang. Semoga proposal skripsi ini disusun dapat berguna bagi orang lain dan berguna bagi penulis sendiri.

Semarang, 06 Juli, 2023


Afri Fauzan Ahmad
NIM: 202304006

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Pengesahan Kelulusan Ujian	ii
Surat Pernyataan Orisinalitas	iii
Motto	iv
Persembahan	v
Abstrak	vi
<i>Abstrac</i>	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan penelitian	7
1.3.1 Tujuan Penelitian	7
1.3.2 Kegunaan Penelitian	8
1.3.3 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka.....	10
2.1.1 Harga	10
2.1.2 Kualitas layanan	13
2.1.3 Promosi	16
2.1.4 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian terdahulu	23
2.3 Hipotesis	28
2.4 Kerangka Pemikiran	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	31
3.1.1 Variabel Penelitian	31
3.1.2 Definisi Operasional.....	32
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel	37
3.2.1 Populasi	37
3.2.2 Sampel penelitian	38
3.3 Tehnik Pengambilan sampel penelitian	40
3.4 Jenis dan Sumber data	42
3.4.1 Jenis Data	42
3.4.2 Sumber Data.....	42
3.4.3 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.4.5 Metode Analisis Data.....	45
3.4.6 Pengujian Validitas Dan Reabilitas	46
3.4.7 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5 Analisis Regresi Linear Berganda	51
3.6 Pengujian Hipotesis	52
3.7 Koefisien Determinasi	53
3.8 Diagram Alir penelitian	54
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	55
4.1.1 Sejarah Obyek Penelitian Dan Sejarah Singkat Perusahaan...55	55
4.1.2 Struktur Organisasi	57
4.1.3 Tugas dan Fungsi Struktur Organisasi	59
4.1.4 Visi Dan Misi.....	60
4.2 Analisis Data Dan Pembahasan	61
4.2.1 Gambaran Umum Identitas Responden	61
4.2.2 Jumlah Responden Jenis Kelamin.....	61
4.2.3 Jumlah Responden Usia	62
4.2.4 Jumlah Responden Pendidikan Terakhir	62
4.3 Analisis Deskriptif	63

4.3.1 Harga.....	63
4.3.2 Kualitas Layanan	65
4.3.3 Promosi	69
4.3.4 Keputusan Pembelian	72
4.4 Analisis Kuantitatif	74
4.4.1 Uji Validitas	74
4.4.2 Uji Realibilitas	75
4.5 Uji Asumsi Klasik	76
4.5.1 Uji Normalitas	76
4.5.2 Uji Multikoloneritas	78
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	80
4.5.4 Uji Autokorelasi	82
4.6 Analisis Regresi Linier Berganda	84
4.7 Pengujian Hipotesis	86
4.8 Koefisien Determinasi	89
4.9 Rekap Jawaban Pertanyaan Terbuka.....	89
BAB V PENUTUP.....	92
5.1 Kesimpulan dan Saran	92
5.1.1 Kesimpulan	92
5.1.2 Saran	93
5.2 Implikasi Manajerial	95
Daftar Pustaka	
Lampiran-Lampiran	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Frekuensi Penerbangan Maskapai Sriwijaya AIR Pada Ahmad Yani Semarang Pada Tahun 2022.....	6
Tabel 2.1 Rujukan Penelitian Variabel Harga.....	24
Tabel 2.2 Rujukan Penelitian Variabel Kualitas Layanan	25
Tabel 2.3 Rujukan Penelitian Variabel Promosi	26
Tabel 2.4 Rujukan Penelitian Variabel Keputusan Pembelian	27
Tabel 3.1 Frekuensi Penerbangan Maskapai Sriwijaya	38
Tabel 3.2 Skala Linkert	46
Tabel 4.1 Jadwal Penerbangan PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang Rute	56
Tabel 4.2 Tabel Jenis Kelamin Responden.....	60
Tabel 4.3 Tabel Usia Responden	60
Tabel 4.4 Tabel Pendidikan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4.5 Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Jasa	61
Tabel 4.6 Daya Saing Harga	62
Tabel 4.7 Kesesuaian Harga Dengan Manfaat.....	62
Tabel 4.8 Bukti Fisik.....	63
Tabel 4.9 Keandalan.....	64
Tabel 4.10 Ketanggapan.....	64
Tabel 4.11 Jaminan	65
Tabel 4.12 Empati	66
Tabel 4.13 Periklanan.....	66
Tabel 4.14 Jangkauan Promosi	67
Tabel 4.15 Informasi Layanan	68
Tabel 4.16 Kecepatan Dalam Pembelian Sebuah Produk	69
Tabel 4.17 Kebiasaan Dalam Membeli Sebuah Produk.....	69
Tabel 4.18 Kemantapan Dalam Sebuah Produk	70
Tabel 4.19 Hasil Pengujian Validitas.....	71
Tabel 4.20 Hasil Pengujian Reabilitas	71
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Kolmogrov-Smirnov.....	73
Tabel 4.22 Uji Multikolinieritas Matrik Koelasi.....	74

Tabel 4.23 Uji Multikolinieritas dari Nilai Tolerance Dan VIF	74
Tabel 4.24 Uji Glejser	76
Tabel 4.25 Hasil Uji Durbin Watson.....	77
Tabel 4.26 Analisis Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4.27 Uji T	80
Tabel 4.28 Koefisien Determinasi.....	82
Tabel 4.29 Tabel Rekap Jawaban Pertanyaan Terbuka	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran`	29
Gambar 3.1 Pengujian Autokorelasi	51
Gambar 3.2 Diagram Alur Penelitian.....	54
Gambar 4.1 Sruktur Organisasi PT. Sriwijaya Air	57
Gambar 4.2 Grafik P-P Plot	72
Gambar 4.3 Grafik Secatter Plot	75
Gambar 4.4 Uji DurbinWason	78
Gambar 4.5 Kurva Uji t Variabel Haga	80
Gambar 4.6 Kurva Uji T Variabel Kualitas Pelayanan.....	81
Gambar 4.7 Kurva Uji t Variabel Promosi.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian
Jadwal (Rencana) Penyusunan
Daftar Nama Responden
Tabulasi Data
Statistik Deskriptif
Uji Validitas
Uji Reliabilitas
Uji Asumsi Klasik
Uji Regresi Linier Berganda
Uji t
Koefisien Determinasi
Dokumentasi
r tabel
t tabel
Tabel DW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri penerbangan Indonesia sangat berkembang, terlihat dari jumlah maskapai penerbangan yang ada dengan fasilitas dan pelayanan yang berbeda. Terdapat 16 maskapai niaga berjadwal yang beroperasi di Indonesia. Transportasi udara menjadi salah satu transportasi pilihan masyarakat Indonesia, pada tahun 2019 terdapat 76,7 juta penumpang domestik maskapai penerbangan. Pembukaan rute baru dan penambahan frekuensi penerbangan di sejumlah wilayah Indonesia serta internasional menjadi indikator denyut nadi industri tersebut. Direktur Perhubungan Udara menyebutkan bahwa saat ini transportasi udara tengah menjadi tren dan sebagai pusat pertumbuhan ekonomi baru, terutama di beberapa daerah terpencil. Peningkatan kualitas pengelolaan keselamatan akan berdampak baik bagi industri penerbangan Indonesia karena hal ini menarik minat turis untuk berkunjung ke Indonesia. Pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2019 ke Indonesia mencapai 16,114 juta kunjungan naik 2,29% dibandingkan tahun 2018 sebesar 15,753 juta kunjungan (Kemendikbud.go.id).

Industri penerbangan termasuk commercial services atau profit services artinya perusahaan menghasilkan jasa untuk memperoleh hasil atau laba (Utama, 2021). Fungsi airlines dalam sistem penerbangan nasional adalah menyelenggarakan jasa transportasi penerbangan yang bertujuan mengantarkan penumpang atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan aman dan tepat waktu yang sudah diatur sedemikian rupa sehingga mampu memanfaatkan sumber daya yang tersedia agar berdaya guna dan berhasil guna. Namun banyaknya kasus yang terjadi dalam dunia penerbangan dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan pesawat sebagai pilihan transportasi.

Jumlah penumpang pesawat diprediksi terus meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data The International Air Transport (IATA) Indonesia

akan menjadi salah satu dari 10 pasar penerbangan dunia pada tahun 2020. Meningkatnya jumlah penumpang pesawat menunjukkan banyaknya jumlah permintaan terhadap kursi penerbangan. Tingkatan jenis service yang ditawarkan membuat alternatif pilihan penerbangan semakin beragam. Terdapat berbagai jenis tingkat pelayanan dalam industri penerbangan diantaranya pelayanan dengan standar maksimum (*Full Service*) dimana sistem layanan penerbangan memberikan layanan maksimal kepada penumpang seperti snack, makanan dan minuman gratis serta free bagasi sesuai standart yang ditetapkan. Pelayanan dengan standar menengah (*Medium Service*), maskapai masih menyediakan snack dan kapasitas bagasi yang hampir sama dengan jenis full service. Pelayanan dengan standar minimum (*No Frills*) atau low cost carrier (*LCC*).

Penerbangan LCC banyak diminati oleh masyarakat Indonesia, pada prinsipnya penerbangan LCC menawarkan tarif batas bawah yang ditetapkan pemerintah, menekan biaya catering dengan meniadakan makanan dan minuman gratis, dan mengenakan biaya tambahan untuk bagasi yang melebihi kapasitas yang telah ditentukan. Penerapan LCC ini bisa menggeser penurunan tarif pesawat sampai separuhnya. Hal ini disebabkan oleh konsep LCC lebih

Mengedepankan volume penumpang ketimbang harga (*yield oriented*) seperti diterapkan operator penerbangan kebanyakan (Yowanda, 2017). Maskapai LCC Indonesia dimulai sejak deregulasi penerbangan niaga oleh pemerintah pada tahun 2001. Peraturan baru memberikan kesempatan kepada para pengusaha untuk menjalankan jasa penerbangan meski hanya memiliki satu pesawat dan modal yang terbatas. Sejak saat itu sejumlah perusahaan jasa penerbangan berbiaya murah bermunculan seperti Sriwijaya Air, Citilink, dan Sriwijaya Air Lines.

Ketatnya persaingan industri penerbangan membuat pihak maskapai berlomba – lomba untuk meningkatkan jumlah penumpangnya. Salah satu tantangan bagi maskapai penerbangan yang menggunakan konsep ini agar

tidak kehilangan pasarnya adalah dengan menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.

Peningkatan kualitas pelayanan dilakukan pada semua rantai perjalanan mulai dari tahap sebelum perjalanan (pre journey), selama perjalanan (in journey) dan setelah perjalanan (Yowanda, 2017). Maskapai penerbangan merupakan perusahaan yang menyediakan jasa penerbangan bagi penumpang. Bagi perusahaan jasa, salah satu kunci perusahaan jasa adalah kemampuannya dalam memberikan layanan.

Bayu utama (2021) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Venesia dan Harjati, 2015). Dua hal utama yang mempengaruhi kualitas jasa: jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*). Apabila jasa yang diterima (*perceived service*) sesuai dengan diharapkan (*expected service*), maka kualitas jasa bersangkutan akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang diterima melebihi harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila kualitas jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Dyahjatmayanti and Anindia, 2018)

Faktor yang menentukan keputusan penggunaan selain kualitas pelayanan adalah citra merek. Faktor penting dalam dunia bisnis saat ini yaitu brand dari sebuah produk/ jasa yang ditawarkan, citra merek atau brand image dapat dijadikan pertimbangan dalam menentukan pilihan. Menurut Dyahjatmayanti and Anindia (2018) citra merek merupakan gambaran akan produk yang ada di benak konsumen, begitu suatu merek melekat di benak konsumen maka sebuah merek lebih dekat dengan pilihan konsumen. Menurut American Marketing Association mendefinisikan merek sebagai

“nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau kombinasinya” yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan mendiferensiasikan mereka dari para pesain. Citra merek merupakan gambaran atau kesan yang ditimbulkan oleh suatu merek dalam benak pelanggan. Penempatan citra merek dibenak konsumen harus dilakukan secara terus - menerus agar citra merek yang tercipta tetap kuat dan dapat diterima secara positif. Ketika sebuah merek memiliki citra yang kuat dan positif di benak konsumen maka merek tersebut akan selalu diingat dan kemungkinan konsumen untuk membeli merek yang bersangkutan sangat besar (Suryadi, 2019).

Minat konsumen untuk menggunakan jasa maskapai penerbangan meningkat dari tahun ke tahun, pelaku bisnis industri penerbangan dituntut memberikan kualitas pelayanan yang baik tetapi juga dituntut untuk merencanakan strategi agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena saat ini konsumen menjadi lebih selektif dalam menentukan keputusan. Menurut Sugiyono (2016) mendefinisikan bahwa inti dari pengambilan keputusan konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya. Menurut Sumarno and Harahap (2020) mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Pada umumnya, keputusan pembelian konsumen adalah membeli merek yang paling disukai (Sumarno and Harahap, 2020)

Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang mempengaruhi keputusan. Yenli Megawati dan Howard S Giam (2022) menyebutkan bahwa salah satu faktor penting yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian suatu jasa adalah kualitas pelayanan. Pemberian kualitas pelayanan yang baik dapat mendorong konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Apabila perusahaan mampu memberikan pelayanan sesuai dengan harapan dan kebutuhan, maka perusahaan dapat menciptakan kepuasan dan menyebabkan konsumen melakukan keputusan pembelian. Jika

kualitas pelayanan ditingkatkan maka keputusan pembelian juga akan meningkat, begitu pula sebaliknya.

Menurut Yenli Megawati dkk (2022) masing – masing elemen strategi manajemen pemasaran dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli barang atau jasa seperti merek, mutu/ kualitas, model, ukuran, kemasan dan penampilan yang lebih baik dibandingkan dengan barang atau jasa saingan. Salah satu elemen yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian adalah merek, dimana merek yang dipilih konsumen haruslah merek yang mencerminkan kepribadian pemakainya. Dengan menanamkan citra merek yang positif dalam benak konsumen, konsumen akan mengambil keputusan pembelian terhadap produk tersebut.

Dalam penelitian Satrio Pamungkas (2017) berjudul Pengaruh Tarif, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Citilink dengan responden 100 orang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian Pramono dan Adiwijaya (2019) dengan judul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Sriwijaya Air serta total responden sebanyak 100 orang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel citra merek terhadap keputusan pembelian.

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong mendefinisikan bauran pemasaran adalah kumpulan dari peralatan – peralatan tactical marketing yang dapat di kontrol, di mana komponennya meliputi: produk, harga, tempat (lokasi) dan promosi. Promosi atau promotion adalah cara untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa yang biasanya dilakukan melalui iklan atau pemotongan harga, seperti diungkap Investopedia. Tujuan promosi adalah mempengaruhi dan membujuk calon konsumen agar tertarik hingga mau membeli produk/jasa yang ditawarkan. Promosi merupakan salah satu kegiatan penting dalam pemasaran (marketing) dari perusahaan.

Kota Semarang memiliki bandara yaitu Ahmad Yani International Airport yang menghadirkan berbagai macam maskapai penerbangan dengan banyak pilihan rute destinasi. Locus dalam penelitian ini adalah maskapai Sriwijaya Air yang menerapkan penerbangan berbiaya rendah atau LCC. Hal ini merupakan tantangan bagi perusahaan karena harga yang terjangkau harus seimbang dengan aspek keselamatan, keamanan dan kualitas penerbangan bagi konsumennya. Sriwijaya Air merupakan pelopor pesawat LCC di Indonesia yang melayani 36 destinasi dan mengoperasikan hingga 226 penerbangan setiap hari. Dengan mengusung slogan “*We Make People Fly*” melalui hal ini Sriwijaya Air mencoba mewujudkan dan merubah stigma masyarakat bahwa siapapun bisa terbang bersama Sriwijaya Air.

Maskapai Sriwijaya Air melayani penerbangan ke beberapa titik destinasi populer di Indonesia, karena keterbatasan peneliti jadi lingkup penelitian fokus ke pulau Jawa. Berikut adalah frekuensi penerbangan maskapai Sriwijaya Air dengan rute bandara Ahmad Yani Semarang tujuan beberapa kota di pulau Jawa:

Tabel 1.1

Frekuensi Penerbangan Maskapai Sriwijaya Air pada Bandara Ahmad Yani Semarang Tahun 2022

No	Rute	Frekuensi
1.	Semarang – Jakarta	2850
2.	Semarang – Solo	730
3.	Semarang – Yogyakarta	1.460
4.	Semarang – Surabaya	1.095

Sumber : [www. Sriwijayaiir.co.id](http://www.Sriwijayaiir.co.id)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa rute Semarang – Jakarta memiliki frekuensi terbanyak dengan jumlah keberangkatan 7 kali penerbangan. Pemilihan rute Semarang – Jakarta dapat dijadikan penelitian karena jumlah rute penerbangan terbanyak dan provinsi terbesar dari lingkup penerbangan lain di pulau Jawa. Banyaknya jumlah penerbangan pada rute tersebut menuntut pihak maskapai untuk tetap menjaga ketepatan waktu

penerbangan. Dibutuhkan kinerja serta koordinasi yang baik antara pihak maskapai dan bandara untuk menjaga ketepatan waktu keberangkatan dan memberikan pelayanan terbaik untuk menciptakan citra positif atas sebuah brand di benak konsumen

Berdasarkan latar belakang masalah, Sriwijaya Air sebagai salah satu maskapai berbiaya rendah yang menjadikan efisiensi sebagai salah satu strategi pemasarannya namun harus tetap mengedepankan aspek keselamatan, keamanan dan kualitas penerbangan. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh lagi, latar belakang masalah tersebut dapat diangkat menjadi suatu pembahasan dalam penelitian ini dengan judul **“Analisis Pengaruh Faktor Harga, Kualitas Layanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Sriwijaya Air Studi Pada Bandara Internasional Jendral Ahmad Yani Semarang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari studi pendahuluan yang dilakukan dan dari uraian di atas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

8. Apakah variabel Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air ?
9. Apakah variabel Kualitas Layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya ?
10. Apakah variabel Promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air ?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh variabel Harga terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air.
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel Kualitas Layanan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air.
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel Promosi terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat bagi pihak-pihak yang terkait, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan serta mengaplikasikan ilmu yang didapat selama kuliah pada penelitian di lapangan, sehingga mendapatkan suatu pengalaman antara teori dengan kenyataan di lapangan, dan juga untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar sarjana strata 1 jurusan S-1 Transportasi di Universitas Maritim Amni Semarang.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang bermanfaat bagi pembaca dan juga sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna menambah pengetahuan, terutama permasalahan yang berkaitan dengan keputusan pembelian tiket pesawat di bandar udara serta dapat dijadikan sebagai referensi bagi taruna/taruni dan mahasiswa/mahasiswi Universitas Maritim Amni Semarang pada penelitian berikutnya.

3. Bagi Instansi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi sekaligus masukan untuk pihak maskapai penerbangan Sriwijaya Air yang ada di Bandar Udara Internasional Ahmad Yani Semarang sebagai bahan evaluasi dalam hal peningkatan persentasi penjualan tiket pesawat, serta dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori selanjutnya.

4. Bagi Universitas Maritim Amni

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi terkait pemilihan keputusan pembelian tiket pesawat di bandara, khususnya program studi transportasi guna menambah ilmu yang berkaitan dengan bidang kedirgantaraan serta diharapkan dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih mendalam pada masa yang akan datang.

1.3.3 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan penjelasan tentang isi dari masing-masing bab yang disajikan secara singkat dan jelas dari keseluruhan bagian skripsi ini. Skripsi ini akan disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas tentang pengertian Keputusan Pembelian, Harga, Kualitas Layanan, Promosi, penelitian terdahulu, hipotesis serta kerangka pemikiran teoritis dan diagram alur penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Di dalam metodologi penelitian ini berisi tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel, sumber data, serta metode pengumpulan data serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Di dalam hasil dan pembahasan ini berisi tentang deskripsi obyek penelitian, analisis data, pembahasan dan implikasi manajerial

BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran yang di peroleh dari hasil analisis data, saran dapat diberikan kepada perusahaan yang terkait atau untuk koreksi terhadap studi selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Penelitian/*Time Schedul*

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Harga

Pengertian harga sering kali diartikan sebagai daftar harga (sewa, ongkos dan sebagainya) sehingga dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa tarif sama dengan harga. Pengertian harga menurut (Prihartono, 2020) “Sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapat kombinasi dari barang beserta pelayanannya”. Menurut Tjiptono (2018) Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang dapat ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Menurut Prihartono (2020) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Sementara menurut Khairiyah (2016), harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Strategi Penetapan Harga Penetapan harga harus diarahkan demi tercapainya tujuan. Stanton (2016), Mengatakan sasaran penetapan harga dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Berorientasi pada laba untuk :
 - a. Mencapai target laba investasi atau laba penjualan perusahaan.
 - b. Memaksimalkan laba.
2. Berorientasi pada penjualan untuk :
 - a. Meningkatkan penjualan.
 - b. Mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar.

Menurut Buchari (2019), dalam menentukan kebijaksanaan harga ada tiga kemungkinan, yaitu sebagai berikut :

1. Penetapan harga diatas harga saingan. Cara ini dapat dilakukan kalau perusahaan dapat meyakinkan konsumen bahwa barang yang dijual mempunyai kualitas lebih baik, bentuk yang lebih menarik dan mempunyai kelebihan lain dari barang yang sejenis yang telah ada di pasaran.
2. Penetapan harga dibawah harga saingan. Kebijakan ini dipilih untuk menarik lebih banyak langganan untuk barang yang baru diperkenalkan dan belum stabil kedudukannya di pasar.
3. Mengikuti harga saingan. Cara ini dipilih untuk mempertahankan agar langganan tidak beralih ketempat lain.

Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat. Utama (2021) mendefinisikan harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang bersedia melepaskan barang dan jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Memberikan harga yang berbeda dalam pasar yang berbeda juga perlu dipertimbangkan. Demikian pula, harga tertentu yang dibebankan bergantung pada siapa jasa tersebut dijual. Nilai suatu jasa tidak ditentukan oleh harga, melainkan oleh manfaat yang pembeli dapatkan ketika mengonsumsi jasa tersebut relatif terhadap biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh jasa tersebut, dan harga dari jasa yang bersifat alternatif yang dimiliki kompetitor (Utama, 2021)

Beberapa definisi harga sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Adanya kesesuaian antara harga dan produk atau jasa dapat membuat kepuasan bagi pelanggan. Jika pelanggan tidak puas, maka akan meninggalkan perusahaan yang akan menyebabkan penurunan penjualan dan selanjutnya

akan menurunkan laba bahkan kerugian bagi perusahaan. Kesuksesan pemasaran suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Sekurangnya ada tiga pihak yang harus menjadi dasar pertimbangannya bagi perusahaan dalam menetapkan harga yaitu konsumen, perusahaan yang bersangkutan, dan pesaing.

Perusahaan memperhatikan apa yang diinginkan konsumen, yaitu membayar harga yang sepadan dengan nilai yang diperoleh (*Value of money*). Sementara yang diinginkan perusahaan adalah mendapatkan laba maksimal mungkin, dengan memperhatikan penetapan harga yang dilakukan pesaing. Jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk, maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Dyahjatmayanti and Anindia, 2018)

Menurut Fandy Tjiptono (2018), harga memainkan peranan penting bagi perekonomian secara makro, konsumen, dan perusahaan.

a. Bagi perekonomian

Harga merupakan regulator dasar dalam sistem perekonomian karena harga berpengaruh terhadap alokasi faktor-faktor produksi seperti tenaga kerja, tanah, modal, dan kewirausahaan.

b. Bagi konsumen

Dalam penjualan ritel, ada segmen pembeli yang sangat sensitive terhadap faktor harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya pertimbangan membeli produk) dan ada pula yang tidak.

c. Bagi Perusahaan

Dibandingkan dengan bauran pemasaran lainnya (produk, distribusi dan promosi) yang membutuhkan pengeluaran dana dalam jumlah besar, harga merupakan satu-satunya elemen bauran pemasaran yang mendatangkan pendapatan.

Cara paling tepat bagi perusahaan untuk menetapkan harga terhadap layanan yang ditawarkan adalah dengan melihat persepsi konsumen

terhadap nilai sebuah layanan. Cara pandang konsumen terhadap sebuah nilai (*value*) dikelompokkan menjadi 4 bagian yaitu :

a. *Value is low price*

Konsumen yang berada dalam kelompok ini memiliki anggapan bahwa harga murah adalah *value* yang paling penting sedangkan kualitas merupakan *value* dengan tingkat kepentingan yang lebih rendah.

b. *Value is whatever I want in product or services*

Konsumen yang berada dalam kelompok ini memandang komponen dalam sebuah layanan sebagai *value* yang paling penting. Harga bukanlah *value* utama bagi konsumen dalam kelompok ini. Konsumen rela membayar harga yang mahal untuk sebuah layanan, asalkan layanan tersebut sesuai dengan *value* yang diinginkan.

c. *Value is quality I get for the price I pay*

Konsumen yang berada dalam kelompok ini mempunyai pemikiran bahwa *value* adalah manfaat yang akan diterima konsumen sesuai dengan besarnya harga yang dibayarkan.

d. *Value is what I get for what I give*

Konsumen yang berada dalam kelompok ini menilai *value* berdasarkan besarnya manfaat yang diterima sesuai dengan pengorbanan yang dikeluarkan, baik dalam bentuk besarnya uang, waktu, maupun usaha yang dikeluarkan.

2.1.2 Kualitas Layanan

1. Pengertian Kualitas Layanan

Menurut Lovelock dan Wirtz (2017) kualitas layanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang dari pelanggan terhadap penyampaian layanan dari suatu perusahaan. Menurut Huang (2019) kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai keseluruhan kesan pelanggan terhadap efisiensi relative organisasi dan layanan yang diberikannya Zeithaml, Bitner & Gramler (2019) menyatakan “*service quality, the customer's perception of the service component of a*

product, is also a critical determinant of customer satisfaction” yang berarti, kualitas layanan merupakan persepsi pelanggan atas komponen pelayanan sebuah produk, dan juga merupakan penentu yang penting dalam mencapai kepuasan pelanggan. Dengan demikian kualitas layanan *service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang secara nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan (Huang, 2019).

Menurut Wibowati (2021) yaitu pada penelitian awalnya mengidentifikasi 10 dimensi pokok, yaitu keandalan, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, Periklanan, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik. Namun pada penelitian berikutnya wibowati menyempurnakan dan merangkum 10 dimensi tersebut menjadi Kompetensi, kesopanan, Periklanan, dan keamanan disatukan menjadi jaminan *assurance*. Sedangkan akses, komunikasi, dan kemampuan memahami konsumen dikategorikan sebagai empati (*empathy*).

2. Klasifikasi Kualitas Layanan

Terdapat 5 dimensi utama dalam menilai kualitas layanan menurut Prihartono (2020) yaitu sebagai berikut :

a. Bukti fisik

Bukti fisik (*tangible*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan pemberi jasa. Bukti fisik tersebut meliputi penampilan fisik, peralatan, karyawan, mekanik, media komunikasi dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan. Bukti fisik dari perusahaan penyedia jasa dapat mempengaruhi keyakinan dan persepsi pelanggan. Harapan

konsumen dapat meningkat dengan melihat bukti fisik dari perusahaan penyedia jasa.

b. Keandalan

Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Atribut-atribut yang ada dalam dimensi keandalan adalah :

- 1) Memberikan pelayanan sesuai janji
- 2) Pertanggungjawaban tentang penanganan konsumen akan masalah pelayanan
- 3) Memberikan pelayanan yang baik saat kesan pertama kepada konsumen dan tidak membedakannya satu dengan yang lainnya
- 4) Memberikan pelayanan tepat waktu
- 5) Memberikan informasi kepada konsumen mengenai kapan pelayanan yang telah dijanjikan itu akan direalisasikan.

c. Daya tanggap

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu, tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*Assurance*) yaitu kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap perusahaan, berupa :

- 1) *Competence* kompetensi, artinya setiap orang dalam perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan kebutuhan konsumen.
- 2) *Courtesy* kesopanan, dapat meliputi sikap sopan santun dan keramah tamahan yang dimiliki para *contact personnel*.
- 3) *Credibility* Periklanan, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya, yang mencakup : nama perusahaan, reputasi perusahaan,

karakteristik pribadi *contact personnel* serta interaksi dengan konsumen.

e. Empati

Empati (*emphy*) berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung.

2.1.3 Promosi

1. Pengertian Promosi

Promosi menurut Martowinangun Dkk (2019) mencerminkan kegiatan-kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen untuk membelinya. Jadi, promosi ini merupakan komponen yang dipakai untuk memberikan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan. Kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi adalah periklanan, promosi penjualan, *personal selling* dan publisitas. Sedangkan Promosi menurut Tjitono (2018) merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kontinuitas serta meningkatkan kualitas penjualan. Untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan, tak cukup hanya mengembangkan model unit perumahan, menggunakan saluran distribusi dan saluran harga yang tetap, tapi juga didukung oleh kegiatan promosi.

Menurut Notoadmodjo (2017) menyatakan bahwa promosi dipandang sebagai kegiatan komunikasi pembeli dan penjual dan merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan di bidang pemasaran serta mengarahkan dan menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik.

Tjiptono (2018) mendefinisikan promosi sebagai aktivitas pemasaran yang berusaha menyebar informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada model perumahan yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi merupakan salah satu alat penting dalam pemasaran dan sering disebut sebagai proses berlanjut. Ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan. Sekarang lebih dikenal dengan istilah *Promotional Mix*, yaitu kombinasi strategi yang paling baik dari variabel periklanan, *personal selling* atau alat promosi lain, yang semua direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan.

Tujuan dari promosi itu sendiri adalah untuk menyebarkan informasi tentang produk kepada konsumen, mendapatkan kenaikan penjualan, mendapat pelanggan baru dan pelanggan yang setia, menjaga kestabilan penjualan ketika pasar sedang lesu, mengunggulkan produk sendiri serta membentuk citra produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan. Menurut Arisandy (2018) secara konseptual, promosi adalah elemen dalam bauran pemasaran perusahaan yang berfungsi untuk mengkonfirmasi, membujuk, dan mengingatkan pasar dan/atau organisasi tentang sebuah produk, dengan harapan mempengaruhi perasaan penerima, keyakinan atau perilaku. Promosi adalah salah satu unsur *marketing mix* yang tidak dapat diabaikan dalam suatu proses penjualan.

Dalam usaha menunjang penjualan suatu produk dan memperkenalkannya kepada orang lain atau konsumen, serta menarik konsumen untuk membeli produk maka diperlukan suatu usaha untuk mempromosikan produk tersebut.

Ada 3 fungsi utama promosi yang dicapai dalam kegiatan promosi yaitu:

- a. Mencari dan mendapatkan perhatian (*attention*) dari calon pembeli. Perhatian calon pembeli harus diperoleh karena ini merupakan titik awal proses pengambilan keputusan pembeli pada suatu jenis perumahan ataupun jasa dipastikan tidak akan membelinya.
- b. Menumbuhkan ketertarikan atas barang dan jasa pada calon pembeli. Perhatian yang sudah diberikan pada seseorang mungkin akan dilanjutkan dengan tahap berikutnya pada seseorang mungkin akan dilanjutkan dengan tahap berikutnya atau mungkin berhenti tahap selanjutnya adalah timbulnya akan membelinya.
- c. Mengembangkan keinginan (*desire*) pembeli untuk memilih jasa ditawarkan.

Hal ini merupakan kelanjutan dari tahap sebelumnya. Setelah seseorang tertarik pada sesuatu maka timbul rasa ingin memilikinya, dan bila merasa maka rasa ingin semakin besar dan akan diikuti suatu keputusan yang positif.

Ada 3 Tujuan dari pada promosi:

1) Memberitahu

Tujuan ini bersifat informasi di mana produsen menggunakan promosi untuk memberitahukan pasar, apa yang ditawarkan olehnya. Promosi ini sering digunakan pada tahap-tahap awal siklus kehidupan produk. Informasi ini juga Empati dalam menentukan jenis perumahan yang akan dibelinya.

2) Membujuk

Tujuan ini bersifat persuasif di mana perusahaan berusaha memberikan kesan positif terhadap pembeli. Maksudnya agar dapat memberi pengaruh dalam waktu yang lama terhadap

perilaku pembeli. Promosi yang bersifat persuasif ini digunakan memasuki tahap pertumbuhan dalam siklus kehidupannya.

3) Mengingat

Tujuannya untuk mempertahankan pembeli dengan terus mengingatkan adanya jenis penerbangan tersebut dan keunggulan dalam masakapai penerbangan. Promosi yang bersifat mengingatkan ini terutama diperlukan untuk jenis penerbangan yang telah memasuki tahap kedewasaan dalam siklus kehidupan.

Promosi selain mempunyai manfaat dalam memperkenalkan produk baru, juga penting sekali dalam hal mempertahankan selera konsumen untuk tetap mengkonsumsi produk yang sudah ada. Namun betapun gencarnya kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan, perlu pula didukung oleh harga dan kualitas dari produk yang dipromosikan, sehingga tujuan perusahaan untuk mencapai volume penjualan serta *market share* akan tercapai.

2.1.4 Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan. Dengan kata lain untuk membuat keputusan harus terdapat alternatif pilihan. Sebaliknya jika konsumen tidak memiliki alternatif untuk memilih maka tidak dapat dikategorikan sebagai pengambilan keputusan. Tidak semua konsumen dalam mengambil keputusan memerlukan tingkat pencarian informasi yang sama. Jika dalam pengambilan keputusan memerlukan usaha yang besar, maka konsumen perlu meluangkan waktu untuk melakukan proses keputusan (Nismawati, 2018)

Menurut Ginting dalam Arif Fakhruddin (2020) Keputusan penumpang terhadap transportasi umumnya ditentukan oleh

kualitas layanan, keamanan, keramahan petugas, ketepatan waktu, harga, image atau citra dan kenyamanan angkutan. Fasilitas merupakan salah satu faktor mengenai baik tidaknya kualitas pelayanan suatu jasa. Keamanan hal yang tidak bisa ditawar karena pada umumnya manusia tidak menginginkan musibah menimpa dirinya. Keramahan petugas merupakan suatu pelayanan dari petugas saat berinteraksi dengan penumpang. Ketepatan waktu merupakan waktu keberangkatan dan kedatangan kapal sesuai dengan yang telah diinformasikan kepada penumpang, hal ini termasuk dalam baik tidaknya kualitas pelayanan dari segi waktu. Tarif atau harga menentukan seseorang dalam memilih kapal tentunya sesuai dengan kemampuan penumpang itu sendiri. Kemudian adanya citra yaitu sebagai persepsi penumpang terhadap identitas kapal yang dapat menjadi pertimbangan dalam menggunakan jasa pelayanan tersebut.

2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono dalam Fuad Nazar Hakim dan Saino (2021). keputusan pembelian adalah sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk serta dalam proses pengambilan keputusan. Selain itu, Menurut Muharam & Soliha (2017) mendefinisikan keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternative pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan. Keputusan pembelian merupakan perilaku yang dilakukan oleh individu-individu yang berbeda. Individu adalah konsumen yang berpotensi untuk membeli suatu produk tertentu yang ditawarkan oleh perusahaan atau ditemukan di pasar. Konsumen bebas memilih produk yang dibutuhkan atau diinginkan. Berikut Proses tahapan keputusan pembelian menurut Kotler dan Amstrong dalam Fuad Nazar Hakim dan Saino (2021) sebagai berikut :

a. Pengenalan masalah atau kebutuhan

Merupakan tahap pertama proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen mengenali suatu masalah akan kebutuhan. Konsumen akan merasakan perbedaan antara keadaan nyata dengan keadaan yang diinginkan.

b. Pencarian informasi

Konsumen yang telah tertarik akan Kemantapan pada sebuah produk yang lebih tentang produk yang diinginkan. Informasi tersebut dapat diperoleh konsumen dari berbagai sumber diantaranya, pribadi, komersial, media publik, pengalaman.

c. Evaluasi Alternatif

Evaluasi berbagai alternatif, Setelah menerima banyak informasi, konsumen akan mengolah informasi tersebut untuk sampai pada pilihan terakhir. Konsumen menggunakan informasi yang diperoleh untuk mengevaluasi berbagai alternatif merek yang sudah diperoleh.

d. Keputusan Pembelian

Merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli produk. Terdapat 2 keputusan yang mempengaruhi keputusan pembelian tersebut yaitu, sikap orang lain dan faktor tidak terduga.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah melakukan pembelian, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Bila konsumen memperoleh kepuasan maka sikap konsumen terhadap merek tersebut akan lebih kuat dan jika konsumen merasa tidak memperoleh kepuasan maka sikap konsumen terhadap merek tersebut akan lebih lemah.

3. Jenis Perilaku Keputusan Pembelian

Menurut Prihartono (2020) Menjelaskan bahwa proses pengambilan keputusan dibagi menjadi tiga jenis, diantaranya :

- a. Proses pengambilan keputusan yang luas, dalam tahap ini konsumen Kemantapan pada sebuah produk tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya. Evaluasi produk akan mengarah pada keputusan pembelian. Proses pengambilan keputusan yang luas terjadi untuk kepentingan khusus bagi konsumen atau untuk pengambilan keputusan yang membutuhkan tingkat keterlibatan tinggi seperti pembelian alat elektronik mahal, rumah dan lain-lain.
- b. Proses pengambilan keputusan terbatas terjadi apabila konsumen mengenal masalahnya, kemudian mengevaluasi beberapa alternatif produk atau merek berdasarkan pengetahuan yang dimiliki tanpa berusaha (atau hanya melakukan sedikit usaha) Kemantapan pada sebuah produk baru tentang produk atau merek tersebut. Ini biasanya berlaku untuk pembelian produk-produk yang kurang penting atau pembelian yang bersifat rutin. Dimungkinkan pula bahwa proses pengambilan keputusan terbatas ini terjadi pada kebutuhan yang sifatnya emosional atau juga pada *environmental needs*.
- c. Proses pengambilan keputusan yang bersifat kebiasaan merupakan proses yang paling sederhana yaitu konsumen mengenal masalahnya kemudian langsung mengambil keputusan untuk membeli merek kegemarannya.

4. Indikator Keputusan Pembelian

Ada tiga indikator dalam menentukan keputusan pembelian, yaitu:

- a. Kemantapan pada sebuah produk

Pada saat melakukan pembelian, konsumen memilih salah satu dari beberapa alternatif. Pilihan yang ada didasarkan pada mutu, kualitas dan factor lain yang memberikan kemantapan bagi konsumen untuk membeli produk yang dibutuhkan.

Kualitas produk yang baik akan membangun semangat konsumen sehingga menjadi penunjang kepuasan konsumen.

b. Kebiasaan dalam membeli produk

Kebiasaan adalah pengulangan sesuatu secara terus-menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama. Ketika konsumen telah 13 melakukan keputusan pembelian dan mereka merasa produk sudah melekat dibenaknya bahkan manfaat produk sudah dirasakan. Konsumen akan merasa tidak nyaman jika membeli produk lain.

c. Kecepatan dalam membeli sebuah produk

Konsumen sering mengambil sebuah keputusan dengan menggunakan aturan (heuristik) pilihan yang sederhana. Heuristik adalah sebuah proses proses yang dilakukan seseorang dalam mengambil sebuah keputusan secara cepat, menggunakan sebuah pedoman umum dalam sebagian informasi saja.

2.2 Penelitian Terdahulu

Untuk mengadakan penelitian, tidak lepas dari penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu dengan tujuan untuk memperkuat hasil dari penelitian yang sedang dilakukan. Penelitian yang sekarang merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu, sama-sama terdapat hubungan yang kuat antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Bedanya dengan penelitian sekarang hanya pada permasalahan yang diangkat dan metode yang digunakan.

Penelitian ini memfokuskan faktor harga, kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket pesawat dengan studi kasus pada pengguna pesawat sriwijaya air di Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

1. Rujukan Penelitian dari Friska Adriyawati, Agussalim dan Yulistia (2021)

Penjelasan secara ringkas dari jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan tergambar pada tabel 2.1 di bawah ini. Penelitian berfokus pada variabel Harga.

Tabel 2.1

Rujukan Penelitian Untuk Variabel Harga

Sumber Penelitian	Friska Adriyawati, Agussalim M, Yulistia (2021)	
Judul	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara online pada situs lazada di kalangan mahasiswa fakultas ekonomi Unes-AAI Padang	
Penulis/Jurnal	Jurnal Manajemen, Vol 3 No. 2, Juni 2021, Hal 209-222	
Variabel	Variabel Independen	
Penelitian	X1	: Harga
	X2	: Promosi
	X3	: Citra Merek
	X4	: Kepercayaan
	Variabel Dependen	
	Y : Keputusan Pembelian	
Analisis Data	Metode kuantitatif	
Hasil	Dari penelitian ini diperoleh hasil pengujian regresi	
Penelitian	linear berganda yaitu $Y = 30,666 + 0,266X1 + 0,188X2 + 0,8843 + 0,299X4 + e$. yang dimana diperoleh kesimpulan bahwa variabel harga, promoi, citra merek, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan penumpang.	
Hubungan Dengan Penelitian	Variabel Harga dalam penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan untuk variabel Harga terhadap variabel Keputusan Pembelian dalam penelitian ini	

2. Rujukan Penelitian dari Lydia Herlina dan I Gede Agus (2018)

Penjelasan secara ringkas dari jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan tergambar pada tabel 2.2 di bawah ini. Penelitian berfokus pada variabel Kualitas Layanan.

Tabel 2.2

Rujukan Penelitian Untuk Variabel Kualitas Layanan

Sumber Peneliti	Lydia Herlina Mal dan I Gede Agus Mertayasa (2018)
Judul	Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online di Situs Traveloka.com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Humaniora Universitas Dhyana Pur Bali
Penulis/Jurnal	ISSN 1978 – 6069 Vol. 13 No. 1, 28 Februari 2018
Variabel	Variabel Independen
Penelitian	X1 : Harga
	X2 : Promosi
	X3 : Kualitas Layanan
	Variabel Dependen
	Y : Keputusan Pembelian
Analisis Data	Kuantitatif
Hasil Penelitian	Dari hasil analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan yaitu $Y=3,316 + 0,916X1 + 0,304X2 +$
	$0,259X3$, yang dimana diperoleh kesimpulan bahwa dari
	berbagai uji terkait variabel Harga, Promosi, Kualitas
	Layanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.
Hubungan Dengan Penelitian	Variabel Kualitas Layanan dalam penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan untuk variabel Kualitas Layanan terhadap variabel Keputusan Pembelian dalam penelitian ini.

3. Jurnal Rujukan Penelitian dari Sitti Subekti (2017)

Penjelasan secara ringkas dari jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan tergambar pada tabel 2.3 dibawah ini. Penelitian berfokus pada variabel Promosi.

Tabel 2.3

Rujukan Penelitian Untuk Variabel Promosi

Sumber Peneliti	Sitti Subekti (2017)
Judul	Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Membeli Tiket Maskapai Penerbangan Lion Air Rute Lampung – Jakarta
Penulis/Jurnal	Puslitbang Transportasi Udara, Badan Penelitian dan Pengembangan Perhubungan, 2 Juni 2017
Variabel	Variabel Independen
Penelitian	X1 : Harga
	X2: Promosi
	Variabel Dependen
	Y : Keputusan Membeli Tiket
Analisis Data	Kuantitatif
Hasil Penelitian	Hipotesis pertama (Promosi) dan hipotesis kedua (Harga) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan membeli tiket penerbangan. Hasil analisis yang dilakukan menemukan bahwa variabel promosi dan harga memiliki nilai t hitung sebesar 3,987 dan 5,518 dengan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari taraf nyata 0,5%). Sehingga diperoleh nilai <i>r square adj</i> adalah 0,616 yang artinya 61,6% keputusan membeli tiket penerbangan disebabkan oleh promosi dan harga.
Hubungan Dengan Penelitian	Variabel Promosi dalam penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan untuk variabel Promosi terhadap variabel Keputusan Pembelian dalam penelitian ini.

4. Jurnal Rujukan Penelitian dari Winarti Setyorini, Bakhtiar, HM, dan Cholilah (2020)

Penjelasan secara ringkas dari jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan tergambar pada tabel 2.4 dibawah ini. Penelitian berfokus pada variabel Keputusan Pembelian.

Tabel 2.4

Rujukan Penelitian Untuk Variabel Keputusan Pembelian

Sumber Penelitian	Winarti Setyorini, Bakhtiar HM, dan Cholilah (2020)
Judul	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Penerbangan Pada CV. Berkah Sejahtera di Pangkalan Bun
Penulis/Jurnal	Margenta, Vol 8, No. 2, Maret 2020, Hal 49 – 58
Variabel Penelitian	Variabel Independen
	X1 : Produk
	X2 : Harga
	X3 : Tempat
	X4 : Promosi
	Variabel Dependen
	Y : Keputusan Pembelian
Analisis Data	Kuantitatif
Hasil Penelitian	Dari hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi $Y = 0,915 + 0,225X_1 + 0,190X_2 + 0,105X_3 + 0,409X_4 + e$. yang artinya hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi <i>r square</i> adalah sebesar 0,960 yang dimana hal ini menunjukkan bahwa persentase variasi keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor Produk, Harga, Tempat, dan Promosi sebesar 96%. Untuk pengujian hipotesis menyatakan bahwa Produk, Harga, Tempat, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
Hubungan Dengan Penelitian	Variabel Keputusan Pembelian dalam penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan untuk variabel Keputusan Pembelian dalam penelitian ini.

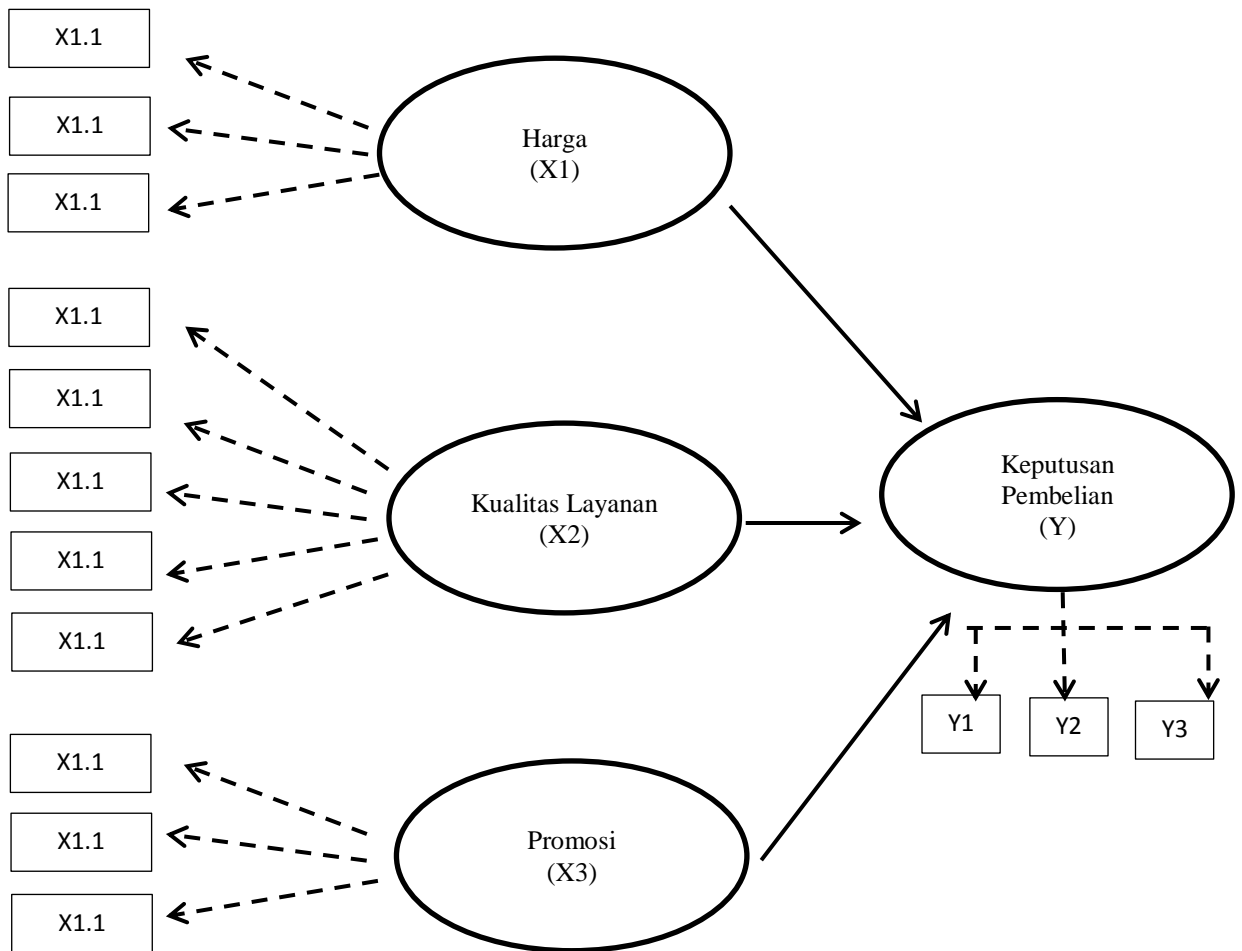
2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah praduga atau asumsi yang harus diuji melalui data atau fakta yang diperoleh dengan jalan penelitian. Sugiyono (2016) mengatakan dalam statistik, hipotesis dapat diartikan sebagai pernyataan statistik tentang parameter populasi. Statistik adalah ukuran-ukuran yang dikenakan pada sampel, sedangkan parameter adalah ukuran-ukuran yang dikenakan pada populasi. Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka hipotesis adalah sebagai berikut :

- H 1 : Diduga faktor Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian tiket pesawat sriwijaya air studi pada Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.
- H 2 : Diduga faktor Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian tiket pesawat sriwijaya air studi pada Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.
- H 3 : Diduga faktor Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian tiket pesawat sriwijaya air studi pada Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

2.4 Kerangka Pemikiran

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan :

○ = Variabel → = Mempengaruhi

□ = Indikator - - - → = Dipengaruhi

H = Hipotesis

Variabel dalam penelitian ini meliputi faktor Harga, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Sriwijaya Air Studi Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

Keterangan :

1. Harga (X1)

Indikator – indikator Faktor Harga adalah :

X1.1 : Kesesuaian harga dengan kualitas jasa

X1.2 : Daya saing harga

X1.3 : Kesesuaian Harga dengan manfaat

2. Kualitas Layanan (X2)

Indikator – indikator Kualitas Layanan adalah :

X2.1 : Bukti Fisik

X2.2 : Keandalan

X2.3 : Ketanggapan

X2.4 : Jaminan

X2.5 : Empati

3. Promosi (X3)

Indikator – indikator Faktor Promosi adalah :

X3.1 : Periklanan

X3.2 : Jangkauan Promosi

X3.3 : Informasi Layanan

4. Keputusan Pembelian (Y)

Indikator – indikator Faktor Keputusan Pembelian adalah :

Y1: Kecepatan dalam membeli sebuah produk

Y2: Kebiasaan dalam membeli produk

Y3: Kemantapan pada sebuah produk

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian adalah cara ilmiah (rasional, empiris, dan sistematis) yang digunakan oleh pelaku suatu disiplin ilmu untuk melakukan penelitian. Rasional berarti kegiatan penelitian tersebut dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain pun dapat mengamatinya. Sistematis berarti proses yang dilakukan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu bersifat logis (Silalahi., 2019)

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variabel Penelitian

Pengertian variabel penelitian menurut (Sugiyono, 2017) adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel, yaitu variabel independen (variabel bebas) dan variabel dependen (variabel terikat).

Menurut Kris H. Timotis, (2017), Variabel adalah elemen atau karakter yang dipelajari. Parameter adalah elemen yang tidak berubah, misalnya usia, angka dari subjek tertentu. Variabel (parameter) penelitian adalah suatu atau kumpulan ciri dari objek yang diteliti. Variabel memiliki sejumlah atribut. Atribut memiliki nilai-nilai, nilai-nilai tersebut dianalisis keterkaitan atau hubungannya (*relationship*). Dalam percobaan eksperimental, penelitian memiliki paling tidak satu variabel bebas yang dapat dimanipulasi atau diubah sesuai dengan keinginan peneliti. Berdasarkan dari tinjauan pustaka dan rumusan hipotesis, maka variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel independen

Variabel independen sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam SEM (*Structural Equation modeling*) atau pemodelan persamaan struktural, variabel independen disebut sebagai variabel *eksogen*. Variabel independen pada penelitian ini terdiri dari :

11. Harga (X1)
12. Kualitas Layanan (X2)
13. Promosi (X3)

Yang dirasakan oleh konsumen akan diwakili oleh pertanyaan dengan alternatif jawaban sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel *output*, kriteria dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam SEM (*Structural Equation modeling*) atau pemodelan persamaan struktural, variabel dependen disebut sebagai variabel *indogen*

Variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian yang dirasakan oleh konsumen yang dilambangkan dengan (Y). akan diwakili oleh pertanyaan dengan alternatif jawaban sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

3.1.2 Definisi Operasional

Menurut Sugiyono (2016) Definisi Operasional variabel adalah seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel konsep untuk menguji kesempurnaan. Definisi operasional variabel ditemukan item-item yang dituangkan dalam instrumen penelitian. Penelitian ini melibatkan empat variabel, dimana terdapat tiga variabel sebagai independen dan satu variabel dependen. Keempat variabel tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

a. Harga

Menurut Prihartono (2020) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel, tidak seperti fitur produk dan komitmen penyalur, harga dapat berubah dengan cepat. Selain itu harga adalah suatu uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan.

Adanya kesesuaian antara harga dan produk atau jasa dapat membuat kepuasan bagi pelanggan. Jika pelanggan tidak puas, maka akan meninggalkan perusahaan yang akan menyebabkan penurunan penjualan dan selanjutnya akan menurunkan laba bahkan kerugian bagi perusahaan. Untuk indikator harga dalam penelitian ini yaitu:

1) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Jasa

Penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan finansial yang diberikan dalam kaitannya dengan spesifikasi yang berpakualitas jasa. Harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas jasa yang ditawarkan

2) Daya Saing Harga

Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata.

3) Kesesuaian Harga dengan Manfaat

Konsumen akan merasakan puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan..

b. Kualitas Layanan

Menurut Kotler yaitu *service quality* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan atau diinginkan. Kotler dan Keller menyimpulkan bahwa ada lima dimensi *service quality* yang dipakai untuk mengukur kualitas layanan yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati.

Menurut Prihartono (2020) yaitu pada penelitian awalnya mengidentifikasi 10 dimensi pokok, yaitu keandalan, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, Periklanan, keamanan, kemampuan memahami pelanggan dan bukti fisik.

Untuk indikator kualitas layanan dalam penelitian ini yaitu :

1) Bukti fisik

Bukti fisik (*tangible*) adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan pemberi jasa. Bukti fisik tersebut meliputi penampilan fisik, peralatan, karyawan, mekanik, media komunikasi dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan.

2) Kehandalan

Kehandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, seperti memberikan pelayanan sesuai janji, pertanggungjawaban tentang penanganan konsumen akan masalah pelayanan, memberikan

pelayanan yang baik saat kesan pertama kepada konsumen dan tidak membedakannya satu dengan yang lainnya dan lain-lain.

3) Ketanggapan

Daya tanggap (*Responsiveness*) yaitu keinginan dan kesigapan dari para karyawan untuk Empati dalam memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin.

4) Jaminan

Jaminan (*Assurance*) yaitu kemampuan para karyawan untuk menumbuhkan rasa percaya konsumen terhadap perusahaan, seperti memberikan kompetensi, kesopanan dan Periklanan.

5) Empati

Empati (*emphy*) berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung.

c. Promosi

Promosi menurut Arisandy (2018) mencerminkan kegiatan kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk konsumen untuk membelinya. Jadi promosi ini merupakan komponen yang dipakai untuk memberikan dan mempengaruhi pasar bagi produk perusahaan. Kegiatan-kegiatan yang termasuk dalam promosi adalah periklanan, promosi penjualan, personal selling dan publisitas. Sedangkan Promosi menurut Martowinangun Dkk (2019) merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang penting bagi perusahaan dalam upaya mempertahankan kontinuitas serta meningkatkan kualitas penjualan. Untuk meningkatkan kegiatan pemasaran dalam hal memasarkan barang atau jasa dari suatu perusahaan, tak cukup hanya

mengembangkan model unit perumahan, menggunakan saluran distribusi dan saluran harga yang tetap, tapi juga didukung oleh kegiatan promosi.

Untuk indikator kualitas layanan dalam penelitian ini yaitu :

1) Periklanan

Periklanan (*advertising*) merupakan bentuk penyajian secara nonpersonal dan promosi ide, promosi barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapatkan bayaran.

2) Jangkauan Promosi

Jangkauan promosi merupakan pemasaran yang dilakukan dimana komunikasi baik secara langsung ataupun bisa melalui berbagai cara seperti mail, telepon, fax atau dari sosial media (line, BBM, WA) untuk mendapatkan tanggapan langsung dari konsumen secara jelas.

3) Informasi Layanan

Informasi Layanan yaitu merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli produk atau jasa konsumen dimana menyediakan penyajian informasi produk atau jasa secara lisan pada suatu pembicaraan dengan satu atau lebih calon pelanggan potensial dengan tujuan untuk melakukan penjualan.

2. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah :

a. Keputusan Pembelian

Menurut Tjiptono dalam Fuad Nazar Hakim dan Saino (2021). keputusan pembelian adalah sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk serta dalam proses pengambilan keputusan. Keputusan pembelian merupakan perilaku yang dilakukan oleh individu-individu yang berbeda. Individu adalah konsumen yang berpotensi untuk membeli suatu produk tertentu yang ditawarkan oleh perusahaan atau ditemukan di pasar. Konsumen bebas memilih produk yang

dibutuhkan atau diinginkan. Untuk indikator Keputusan pembelian dalam penelitian ini yaitu :

1) Pencarian Informasi

Konsumen mengenali suatu masalah akan kebutuhan. konsumen akan merasakan perbedaan antara keadaan nyata dengan keadaan yang diinginkan. Kemudian konsumen yang telah tertarik akan Kemantapan pada sebuah produk yang lebih tentang produk yang diinginkan. Informasi tersebut dapat diperoleh konsumen dari berbagai sumber diantaranya, pribadi, komersial, media publik, pengalaman.

2) Evaluasi Alternatif

Evaluasi berbagai alternatif, Setelah menerima banyak informasi, konsumen akan mengolah informasi tersebut untuk sampai pada pilihan terakhir. Konsumen menggunakan informasi yang diperoleh untuk mengevaluasi berbagai alternatif merek yang sudah diperoleh.

3) Pemilihan Keputusan

Merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli produk. Terdapat 2 keputusan yang mempengaruhi keputusan pembelian tersebut yaitu, sikap orang lain dan faktor tidak terduga.

Indikator-indikator penelitian di atas nantinya akan diubah dalam pertanyaan yang diajukan kepada responden harus jelas dan tidak meragukan responden. Dengan melakukan penyebaran kuesioner untuk mengukur persepsi responden, digunakan skala *likert* yang dikembangkan oleh *semantic scale*. Skala *likert* merupakan teknik mengukur sikap dimana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan dan/atau ketidak setujuan mereka terhadap masing-masing pertanyaan (Nursalam, 2017).

3.2 Penentuan Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016) Populasi adalah kumpulan yang lengkap dari seluruh elemen yang sejenis dan dapat dibedakan menjadi obyek penelitian. Populasi dapat diartikan sebagai sekumpulan objek, benda, peristiwa atau individu yang akan dikaji dalam suatu penelitian. Berdasarkan pengertian ini, dapat dipahami bahwa mengenal populasi merujuk pada sekumpulan individu atau objek yang memiliki ciri atau sifat yang sama, tidak seragam namun diantara mereka harus ada persamaan. Pada penelitian ini menggunakan populasi berupa pengguna pesawat sriwijaya air di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang yang dijadikan objek penelitian survei wawancara penumpang. Penumpang yang akan menjadi populasi adalah seluruh jumlah penumpang yang menggunakan pesawat sriwijaya air di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

Tabel 3.1

Frekuensi Penerbangan Maskapai Sriwijaya Air pada Bandara Ahmad Yani Semarang Tahun 2022

No	Rute	Frekuensi	Harian
1.	Semarang – Jakarta	2850	7
2.	Semarang – Solo	730	2
3.	Semarang – Yogyakarta	1.460	4
4.	Semarang – Surabaya	1.095	3

Populasi di penelitian diambil melalui survey lapangan pada bulan januari 2023 pengguna pesawat Sriwijaya Air rute Semarang – Jakarta di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang per tahun mencapai 2850 penumpang.

3.2.2 Sampel Penelitian

1. Definisi Sampel

Menurut Sugiyono (2016) sampel adalah bagian suatu subjek atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah sekumpulan individu yang menjadi bagian dari populasi yang dapat di jangkau sehingga peneliti secara langsung

dapat mengumpulkan data atau melakukan pengamatan atau pengukuran pada unit ini.

2. Penentuan Jumlah Sampel

Pada penelitian ini pengambilan jumlah responden menggunakan rumus Slovin (Wirawan., 2019) sampel yang akan ditentukan oleh peneliti dengan tingkat kesalahan adalah sebesar 10% sehingga sampel yang diambil adalah 100 orang. Kriteria responden atau sampel yang akan dipilih adalah pengguna pesawat sriwijaya air di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang. Dalam penentuan jumlah sampel digunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana:

N = Jumlah populasi (rata-rata dalam satu bulan)

n = Jumlah sampel

e = Batas kelonggaran kesalahan yang digunakan (10%)

Perhitungan pengambilan jumlah sampel:

$$\begin{aligned} n &= \frac{2850}{1+2850(10\%)^2} \\ &= \frac{2850}{1+2850(0,01)} \\ &= \frac{2850}{1+28,50} \\ &= 96,61 \text{ (dibulatkan menjadi 97)} \end{aligned}$$

Sehingga jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96,61 responden (jumlah sampel yang diambil dibulatkan menjadi sebanyak 97 responden atau sampel).

3.3 Teknik Pengambilan Sampel Penelitian

Teknik *sampling* adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik *sampling* yang digunakan. Teknik *sampling* pada dasarnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu *Probability Sampling* dan *Nonprobability Sampling*.(Sugiyono, 2016)

3.3.1 *Probability Sampling*

Probability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik sampel ini meliputi:

3.3.2 *Simple Random Sampling*

Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Hal ini dilakukan apabila anggota populasi dianggap *homogen* (sejenis).

3.3.3 *Proportionate Stratified Random Sampling*

Teknik ini digunakan bila mempunyai anggota/unsur yang tidak *homogen* dan berstrata secara profesional. Pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak dan berstrata secara proporsional. Hal ini dilakukan apabila ada anggota populasi yang tidak sejenis (*heterogen*). Jumlah sampel yang diambil harus sama porsi di setiap strata.

3.3.4 *Disproportionate Stratified Random Sampling*

Teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional. Pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak dan berstrata tetapi ada sebagian data yang kurang proporsional pembagiannya. Hal ini dilakukan apabila anggota populasi heterogen. Jumlah sampel yang diambil lebih kecil dibandingkan yang lain.

3.3.5 *Area Random Sampling (Cluster Sampling)*

Pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara mengambil wakil dari setiap wilayah atau daerah geografis yang ada.

3.3.6 *Non-probability sampling*

Non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik sampel ini meliputi:

a. *Sampling Sistematis*

Teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota yang telah diberi nomor urut.

b. *Sampling Kuota*

Teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota (jatah) yang diinginkan.

c. *Sampling Aksidental/incidental*

Teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai sebagai sumber data.

d. *Purposive Sampling*

Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

e. *Sampling Jenuh*

Teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel dan dikenal juga dengan istilah sensus.

f. *Snowball Sampling*

Teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil kemudian membesar.

Maka pada penelitian ini peneliti mengambil teknik Nonprobability Sampling dengan sampling menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2016)

Adapun kriteria sesuai atau cocok menurut peneliti adalah sebagai berikut :

1. Berusia lebih dari 17- 55 tahun.
2. Responden dengan kewarganegaraan indonesia

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Menurut (Sujarweni, 2014) data dalam penelitian merupakan sekumpulan informasi yang diperoleh dari lapangan dan digunakan untuk bahan penelitian. Tipe data statistik ada dua :

a. Data Kualitatif

Data kualitatif secara sederhana dapat disebut data hasil kategori (pemberian kode) untuk isi data yang berupa kata atau dapat didefinisikan sebagai data bukan angka tetapi diangkakan.

b. Data Kuantitatif

Data Kuantitatif adalah adalah data yang berupa angka dalam arti sebenarnya, jadi berbagai operasi matematika dapat dilakukan pada data kuantitatif. Dari beberapa jenis data, pada penelitian ini dengan menggunakan data kuantitatif.

3.4.2 Sumber Data

Berdasarkan sumber pengambilannya data dibagi menjadi dua, yaitu :

a. Data Primer

Pengertian data primer menurut Sugiyono (2015), adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh dari menyebarkan kuisioner ke penumpang pesawat sriwijaya air di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang yang bersedia menjadi responden dan mengisi kuisioner serta dengan wawancara secara langsung

kepada pengguna pesawat sriwijaya air di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang.

b. Data Sekunder

Pengertian data sekunder menurut Sugiyono (2015), adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian yaitu harga, kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket pesawat.

3.4.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan proses yang penting dalam mendukung suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2015) teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu :

a. Pengamatan langsung

Pengamatan langsung adalah metode pengumpulan data secara langsung atau peninjauan secara cermat atau langsung di lapangan atau lokasi penelitian. Metode ini dengan mengadakan pengamatan langsung ke obyek penelitian di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang. Dalam hal ini penulis mengamati yang berkaitan dengan penelitian yang diambil.

b. Wawancara

Wawancara adalah pengumpulan data dengan tanya jawab kepada pihak perusahaan dan konsumen yang dilaksanakan secara sistematis dalam wawancara, komunikasi dilakukan secara formal terhadap manajemen dan konsumen Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang. Gambaran

atau tanggapan responden, terhadap variabel harga, kualitas layanan dan promosi.

c. Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku perpustakaan dan penelitian terdahulu yang ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan penulis.

d. Dokumentasi

Suatu cara pengumpulan data yang diperoleh melalui catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda dan sebagainya.

e. Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2016), kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner adalah pertanyaan yang dibuat berhubungan dengan masalah dalam penelitian yang dibahas dan metode pengumpulan data yang paling populer dan sering digunakan untuk *polling* dan survei yang melibatkan populasi yang sangat luas. Kuisisioner bisa berfungsi untuk deskriptif dan pengukuran. Sebagai deskriptif, informasi yang terjaring lewat kuisisioner bisa memberikan gambaran tentang identitas. Penyebaran kuisisioner dilakukan secara langsung kepada pengguna atau penumpang, setiap yang di temukan secara kebetulan akan menjadi sampel.

Berdasarkan penjelasan para ahli dapat disimpulkan bahwa, kuisisioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis yang menjadi topik utama penelitian kepada responden. Dalam penelitian ini kuisisioner diberikan kepada para penumpang pesawat sriwijaya air di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang berdasarkan jumlah sampel untuk mengetahui analisis pengaruh

faktor harga, kualitas layanan dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket pesawat.

3.4.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah suatu proses yang diperkirakan dan memperhitungkan besarnya pengaruh antara nilai variabel terhadap variabel lainnya. Analisis data diartikan seperti upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian.

Maka dapat disimpulkan bahwa metode analisis data adalah serangkaian mengolah data dan menganalisis data yang terkumpul menjadi data yang sistematis, sehingga dapat dijadikan kesimpulan atau dasar dalam pengambilan keputusan. Dalam hal ini metode analisis data yang digunakan adalah Analisis Kuantitatif.

a. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif dilakukan langsung kepada responden yang masing-masing dijadikan responden dalam penelitian ini. Analisis deskriptif merujuk pada deskriptif data dari sampel. Analisis ini berusaha untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sampel

b. Analisa Kuantitatif

Analisa Kuantitatif yaitu metode analisa yang menggambarkan hubungan antara variabel dengan menggunakan statistik. Dengan metode ini diharapkan akan menerangkan ada tidaknya pengaruh variabel Harga (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Promosi (X3) terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat (Y). Pada analisa kuantitatif, digunakan uji statistik dan rumus tertentu yang akan menunjukkan ada tidaknya pengaruh antar variabel. Pada penelitian ini untuk mendapatkan data kuantitatif, digunakan skala Likert yang diperoleh dari daftar pertanyaan yang digolongkan kedalam 5 (lima) tingkat sebagai berikut:

Tabel 3.2
Skala Linkert

Pilihan Jawaban	Keterangan	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Analisis kuantitatif dengan menggunakan alat bantu program statistik SPSS Versi 25.0 (Statistik Package For Social Science),

3.4.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2016 : 52) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu untuk mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuisisioner yang valid berarti mempunyai validitas yang tinggi dan begitu pula sebaliknya. Untuk menguji apakah masing-masing indikator valid atau tidak, kita lihat tampilan output *Cronbach Alpha* pada kolom *Correlate Item-Total Correlation* baik untuk konstruk *Autonomi* dan *Routine*. Suatu kuisisioner yang valid berarti mempunyai validitas yang tinggi dan begitu pula sebaliknya. Kriteria penilaian uji validitas adalah:

- 1) Item valid bila r hitung $>$ r tabel
- 2) Item tidak valid bila r hitung $<$ r table

b. Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2016 : 47) Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner di katakan reliabel atau handal jika jawaban pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke

waktu. Uji reliabilitas pada penelitian ini diukur dengan *Oneshort* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antara jawaban dan pertanyaan.

Dalam pengujian reliabilitas ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (Imam Ghozali, 2016 : 47).

- a) Apabila nilai Cronbach Alpha $> 0,7$ Maka variabel dikatakan reliabel.
- b) Apabila nilai Cronbach Alpha $< 0,7$ Maka variabel dikatakan tidak reliabel.

3.4.7 Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini pengelolaan data dari hasil penelitian menggunakan analisis kuantitatif. Program SPSS digunakan dalam analisis penelitian. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear berganda terdapat empat uji asumsi klasik yaitu :

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas perlu dilakukan untuk menentukan alat statistik yang dilakukan, sehingga kesimpulan yang diambil dapat dipertanggungjawabkan. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal.

Uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov. Adapun dasar pengambilan keputusan dengan uji Kolmogorof-Smirnof dengan. membandingkan signifikansi dengan nilai alfa ($\alpha = 0,05$), apabila signifikansi $> \alpha$ maka data berdistribusi normal

1) Analisis Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang

mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal, dan *ploting* data residual akan membandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

2) Analisa Statistik

Menurut (Ghozali, 2016), Uji normalitas dengan grafik dapat menyesatkan kalau tidak hati-hati secara visual terlihat normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya. Oleh sebab itu dianjurkan disamping uji grafik dilengkapi dengan uji statistik.

Uji statistik Kolmogorov Smirnov merupakan pengujian normalitas yang banyak dipakai dan karena jumlah sampel yang digunakan lebih dari 50 responden sehingga menggunakan Kolmogorov Smirnov, terutama setelah adanya banyak program statistik yang beredar. Kelebihan dari uji ini adalah sederhana dan tidak menimbulkan perbedaan persepsi di antara satu pengamat dengan pengamat yang lain. Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas dengan uji statistik menurut Imam Ghozali (2016) adalah:

- a) Jika signifikan dibawah 0,05 berarti terdapat perbedaan yang signifikan (tidak normal), dan
- b) Jika signifikan diatas 0,05 maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan (terdistribusi normal)

b. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas ditunjukkan untuk menguji apakah di dalam model regresi terdapat kolerasi antara variabel bebas. Dalam

model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Ghozali, 2016). jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak orthogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang kolerasinya antara sesama variabel bebas lain sama dengan nol.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah sebagai berikut :

- 1) Menganalisis matrik korelasi antar variabel bebas, jika ada korelasi yang cukup tinggi ($>.90$) maka terjadi multikolonieritas.
- 2) Melihat nilai tolerance dari variance inflation factor (VIF) jika tolerance $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolonieritas, dan jika $VIF < 0,1$ maka terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu kepengamatan lain tetap, maka tersebut homoskedastisitas dan jika berbeda di sebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016 : 134). Ada beberapa cara mendeteksi ada / tidaknya heteroskedastisitas antara lain sebagai berikut :

1) Grafik Scatterplot

Melihat grafik *plot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu dengan teratur (bergelombang, melebar

kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016).

2) Uji Glejser

Glejser mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen (Gujurati dalam Ghozali, 2016). Jika variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi independen, maka ada indikasi terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah model untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada kesalahan observasi korelasi satu sama lain. Cara pengujiannya dilakukan dengan menggunakan statistik Watson (*The Durbin–Watson Statistic*) dengan rumus sebagai berikut:

$$d = \frac{\sum (e_i - e_{i-1})^2}{\sum e_i^2}$$

Pengambilan Keputusan sebagai berikut:

Bila nilai DW terletak antara *Upper Bound* (du) dan $(4-du)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol dan berarti tidak ada autokorelasi.

- 1) Bila nilai DW lebih rendah dari batas atau *Lower Bound* (dl), maka koefisien lebih besar dari pada nol berarti ada autokorelasi positif.
- c. Bila nilai DW lebih besar dari batas atau *Lower Bound* ($4-dl$), maka koefisien autokorelasi lebih kecil dari pada nol dan berarti autokorelasi negatif.
- d. Bila DW terletak diantara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara $(4-du)$ dan $(4-dl)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

Untuk mendiagnosis adanya Autokorelasi melalui suatu model regresi dilakukan melalui pengujian nilai uji Durbin Watson (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut :

Maka jika:

$D_w < d_l$: Menolak H_0

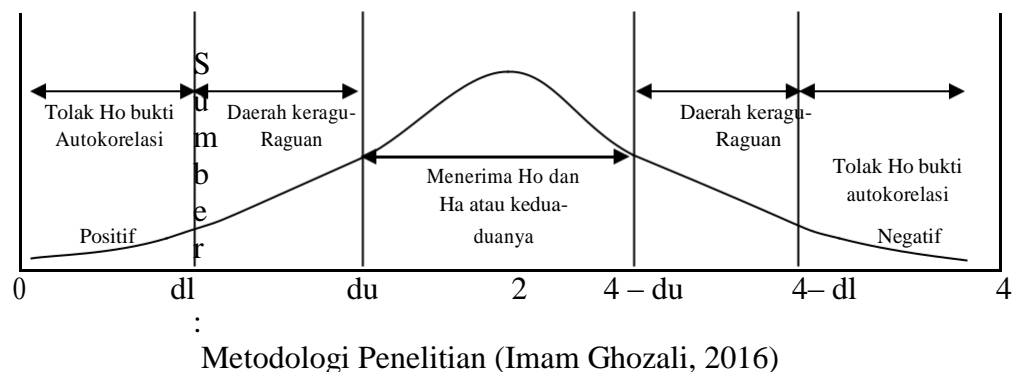
$D_w > 4 - d_l$: Menolak H_0

$D_u < d - 4 d_u$: Tidak menolak H_0 (menerima H_a)

$D_l \leq d_w \leq d_u$: Pengujian tidak meyakinkan

$4 - d_u \leq d_w \leq 4 - d_l$: Pengujian ragu-ragu

Gambar 3.1
Pengujian Autokorelasi



3.5 Analisis Regresi Berganda

Ghozali (2016:93) Mendefinisikan analisis regresi sebagai studi mengenai ketergantungan variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas). Dalam penelitian ini analisis regresi linear berganda ditunjukkan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen yaitu Harga, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap variabel dependen yaitu, keputusan pembelian tiket pesawat udara di Bandara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang. Model persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \alpha$$

Dimana:

a = Konstanta

Y = Keputusan Pembelian

X1= Harga

X2 = Kualitas Layanan

X3 = Promosi

b1= Koefisien Regresi Harga

b2 = Koefisien Regresi Kualitas Layanan

b3 = Koefisien Regresi Promosi

α = Faktor lain yang tidak terdeteksi

3.6 Pengujian Hipotesis

Uji signifikansi Parameter Individual (uji statistik T)

Uji t merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel bila datanya pada skala interval dan rasio. Uji t merupakan salah satu bentuk statistik parametris karena menguji data pada skala interval dan rasio. Pengujian uji t statistik adalah suatu prosedur dengan sampel yang digunakan untuk verifikasi kebenaran atau kesalahan dari hipotesis nol. Ide kunci di belakang uji signifikansi adalah suatu uji statistik dan distribusi sampel dari suatu statistik hipotesis nol. (Swarjana, 2016)

Keputusan menerima dan menolak H_0 dibuat pada basis nilai uji statistik yang diperoleh dari data yang sudah ada. Di bawah asumsi normalitas variabel mengikuti distribusi statistik t dengan derajat bebas $N - k$. Suatu statistik dikatakan signifikan secara statistik jika nilai uji statistik berada pada daerah kritis. Dalam pengolahan uji statistik t bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Uji ini dilakukan dengan syarat:

- a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel independen berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis teruji yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian juga dapat dilakukan melalui pengamatan nilai signifikansi t pada tingkat α yang digunakan (penelitian ini menggunakan tingkat

α sebesar 5%). Analisis didasarkan pada perbandingan antara nilai signifikansi t dengan nilai signifikansi 0,05, dimana syaratnya adalah sebagai berikut:

- (a) Jika signifikansi $t < 0,05$ maka hipotesis teruji yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- (b) Jika signifikansi $t > 0,05$ maka hipotesis tidak teruji yaitu variabel independen berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen

3.7 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilainya adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (time series) biasanya mempunyai koefisien determinasi tinggi. (Ghozali, 2016). Adapun rumusnya sebagai berikut :

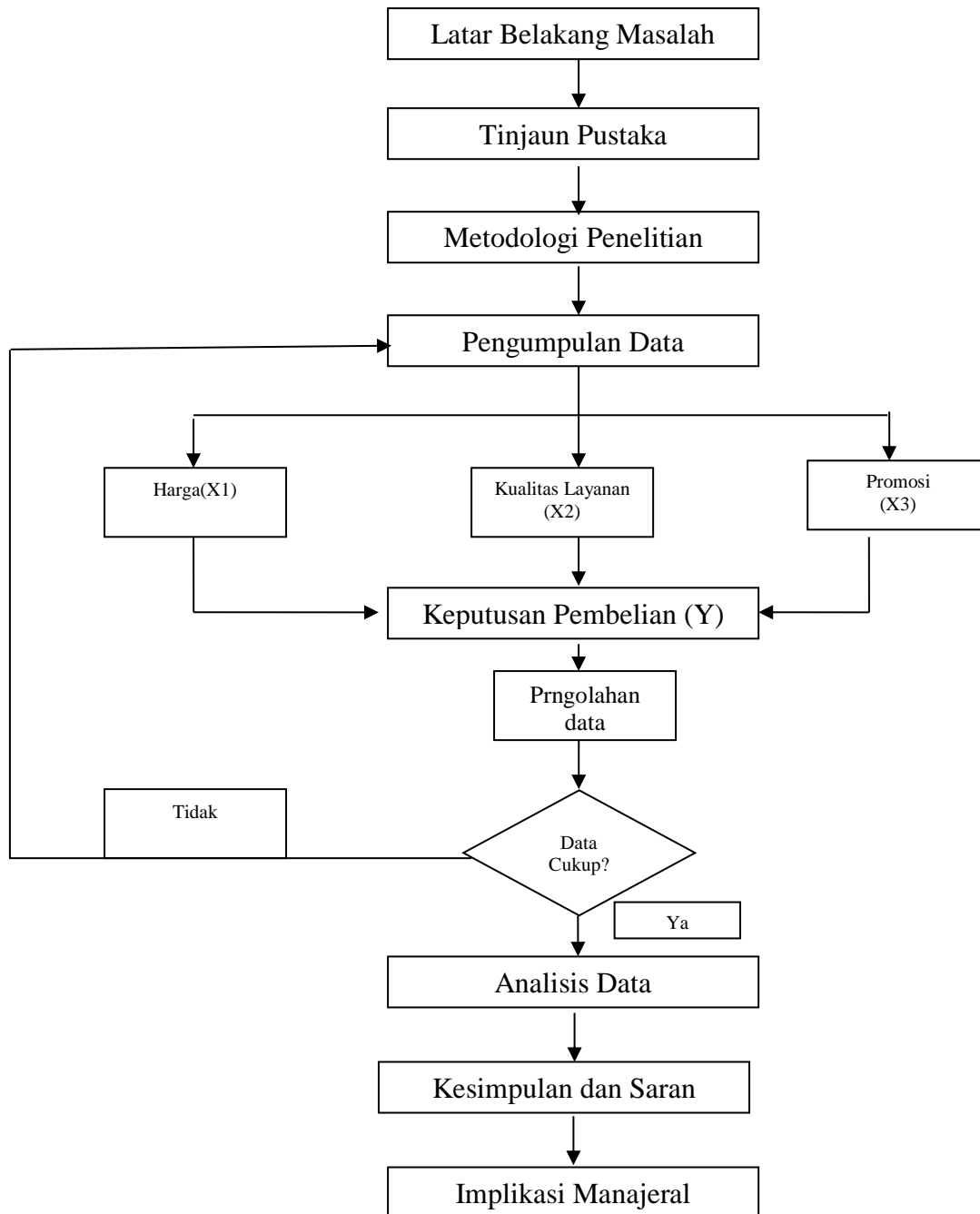
$$R^2 = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

- 1) R^2 = koefisien determinasi
- 2) r^2 = koefisien regresi berganda

3.8 Diagram Alir Penelitian

Gambar 3.2
Diagram Alir Penelitian



BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Obyek Penelitian Dan Sejarah singkat Perusahaan

Sriwijaya Air adalah sebuah maskapai penerbangan di Indonesia. Sriwijaya Air didirikan oleh keluarga Lie (Hendry Lie dan Chandra Lie) dengan Johannes Bundjamin dan Andy Halim pada 28 April 2003 dan baru mendapatkan izin beroperasi untuk melakukan penerbangan pada 28 Oktober 2003 dengan mendapatkan sertifikat AOC (Air Operation Certificate). Saat ini Sriwijaya Air adalah maskapai penerbangan terbesar ketiga di Indonesia, dan sejak tahun 2007 hingga saat ini tercatat sebagai salah satu Maskapai Penerbangan Nasional yang memiliki standar keamanan kategori 1 di Indonesia. Sriwijaya Air didirikan dengan tujuan untuk menyatukan seluruh kawasan Nusantara seperti keinginan raja kerajaan Sriwijaya dahulu yang berasal dari kota Palembang.

Keinginan tersebut kemudian diwujudkan melalui pengembangan transportasi udara. Pada tahun 2003, tepat pada hari Pahlawan, 10 November, Sriwijaya Air memulai penerbangan perdananya dengan menerbangi rute Jakarta Pangkal pinang PP, Jakarta-Palembang PP, Jakarta-Jambi PP, dan JakartaPontianak PP. Pada mulanya Sriwijaya Air hanya mengoperasikan 1 armada Boeing 737- 200 yang kemudian seiring waktu terus ditambah hingga memiliki 15 armada Boeing 737-200. Sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pemenuhan pelayanan publik yang lebih baik, Sriwijaya Air kemudian menambah dan memperluas jangkauan penerbangannya dari Barat ke Timur sekaligus menambah pesawat dengan seri yang lebih baru, yaitu Boeing 737-300, Boeing 737-400, Boeing 737-500W, dan Boeing 737-800NG. Persaingan industri penerbangan di kelas medium bakal makin ketat. Pasalnya, pemain baru yaitu maskapai NAM Air, anak usaha PT

Sriwijaya Air akhirnya resmi dikenalkan ke publik pada 1 Oktober 2013. NAM Air diproyeksikan untuk penerbangan ke wilayah yang lebih dalam di Indonesia pada tingkat kabupaten dan kotamadya.

Pada tahun 2005, Sriwijaya Air membuka distrik baru di Semarang guna untuk mengembangkan penerbangan domestik Sriwijaya di Indonesia. Pada awal perkembangannya, Sriwijaya Air Distrik Semarang memiliki dua rute penerbangan, yaitu Semarang-Jakarta dan Semarang-Surabaya. Dua rute ini dipilih karena Jakarta dan Surabaya juga merupakan kota besar yang menjadi tempat destinasi terbanyak. Selain itu, Bandara di kota Jakarta dan Surabaya juga merupakan bandara Internasional yang menjadi tempat transit atau perpindahan pesawat untuk ke tujuan penerbangan selanjutnya. Adapun jadwal penerbangan untuk rute Semarang – Jakarta adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jadwal Penerbangan PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang Rute Bandara Ahmad Yani Semarang – Bandara Soekarno Hatta Jakarta

No Flight	Frekuensi terbang	Keberangkatan dari Semarang ke Jakarta	Keberangkatan dari Jakarta ke Semarang
IN 221	Senin – Minggu	06.10 WIB	19.45 WIB
SJ 225	Senin – Minggu	12.05 WIB	07.10 WIB
IN 223	Senin – Minggu	15.05 WIB	13.30 WIB

Berdasarkan Tabel 4.1 terlihat bahwa dalam satu hari terdapat tiga kali penerbangan dari Bandara Ahmad Yani Semarang menuju Bandara Soekarno – Hatta Jakarta. Penerbangan paling pertama menggunakan maskapai NAM AIR dengan nomor penerbangan IN 221 pada pukul 06.10 WIB dan akan terbang kembali ke Semarang pada pukul 19.45 WIB. Penerbangan kedua menggunakan maskapai Sriwijaya Air dengan nomor penerbangan SJ 225 pada pukul 12.05 WIB yang mana menggunakan armada pesawat yang sebelumnya terbang dari Jakarta

pukul 07.10 WIB. Penerbangan ketiga menggunakan maskapai NAM AIR dengan nomor penerbangan IN 223 pada pukul 15.05 WIB yang mana menggunakan armada pesawat yang sebelumnya terbang dari Jakarta pada pukul 13.30 WIB.

4.1.2 Struktur Organisasi

PT. Sriwijaya Air Tingkat Pusat memiliki tugas melaksanakan perumusan kebijakan manajerial. Berikut adalah jajaran komisaris dan direksi PT Sriwijaya Air:

a. Jajaran Komisaris

- 1) Presiden Komisaris : Hendry Lie
- 2) Komisaris : Andy Halim
- 3) Komisaris : Fandy Lingga
- 4) Komisaris : Sonaryo Yosopratomo
- 5) Komisaris : Johanes Bundjamin

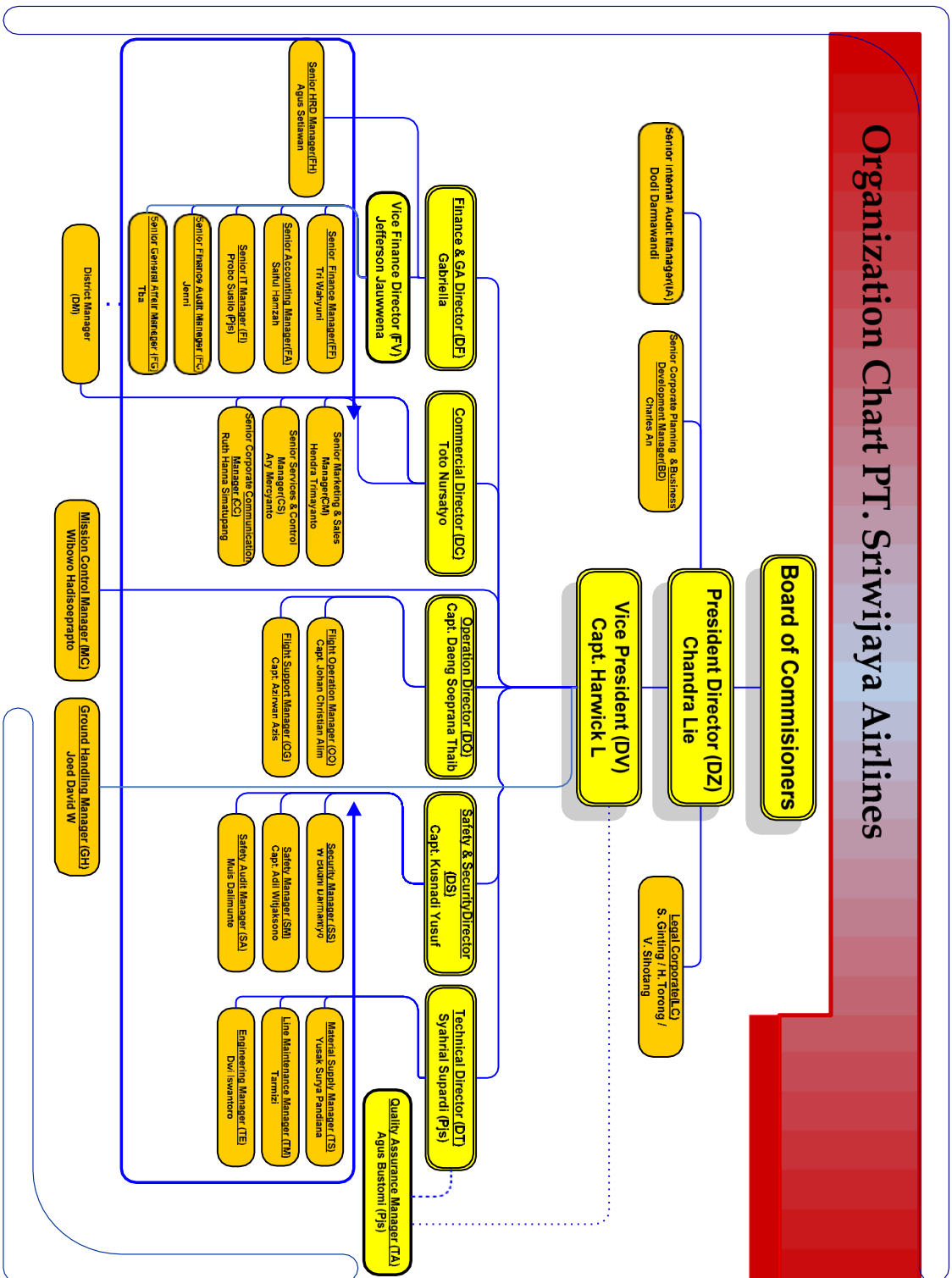
b. Jajaran Direksi

- a) Direktur Utama : Chandra Lie
- b) Direktur Keuangan : Gabriela Sonia
- c) Direktur Niaga : Toto Nursatyo
- d) Wakil Direktur Niaga : Hasudungan Pandiangan
- e) Direktur Kualitas, Keselamatan & Keamanan : Capt. Toto Soebandro
- f) Direktur Operasi : Capt. Bambang Haryono
- g) Direktur Teknik : Ir. Ananta Widjaya
- h) Direktur Perencanaan Perusahaan & Pengembangan Bisnis: Jefferson J

Struktur Organisasi Sriwijaya Air dikategorikan dalam struktur organisasi lini dan staf, yaitu arus perintah bergerak dari atas ke bawah dan tanggung jawab dari bawah ke atas yang artinya pelimpahan wewenang dalam organisasi ini berlangsung secara vertikal dari seorang atasan pimpinan hingga pimpinan dibawahnya. Adapun bentuk bagan struktur organisasi PT. Sriwijaya Air Distrik Semarang adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT, Sriwijaya Air tahun 2019

4.1.3 Tugas dan Fungsi Struktur Organisasi



1) Presiden Komisaris :

Mengawasi Direksi dalam menjalankan kegiatan perusahaan serta memberikan nasihat kepada Direksi. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan Rencana Jangka Panjang Perusahaan (RJPP) dan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP)

2) Komisaris :

Mengawasi Direksi dalam menjalankan kegiatan perusahaan serta memberikan nasihat kepada Direksi. Melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan Rencana Jangka Panjang Perusahaan (RJPP) dan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP). Mengawasi dan mengevaluasi kinerja Direksi. Mengkaji sistem manajemen.

3) Direktur Utama :

Mengoordinasikan, mengawasi serta memimpin manajemen Perseroan dan memastikan semua kegiatan usaha Perseroan dijalankan sesuai dengan visi, misi dan nilai Perseroan; mengawasi dan menelaah manajemen risiko, sistem pengendalian internal Perseroan, tata kelola perusahaan untuk kepentingan bersama

4) Direktur Keuangan :

Merumuskan program, mengoordinasikan pelaksanaan dan melaporkan kegiatan di bidang keuangan dan treasury, menjamin terlaksananya pengelolaan keuangan, akuntansi, dan treasury yang sesuai dengan kebutuhan, pengawasan, dan proses bisnis yang sehat.

5) Direktur Niaga

Bagian dari struktur yang berfungsi mempromosikan perusahaan.

6) Wakil Direktur Niaga :

Bagian dari perusahaan yang bertugas untuk membantu dalam hal memperkenalkan perusahaan dalam hal mempromosikan.

7) Direktur Kualitas, Keselamatan & Keamanan :

Bagian dari perusahaan yang bertugas mengecek kualitas dari pesawat kemudian mengecek keselamatan baik itu penumpang atau pun pengemudi pesawat guna menjamin keselamatan.

8) **Direktur Operasi :**

memiliki tugas penting untuk membantu direktur utama pada aspek mengawasi setiap kegiatan operasional yang dilakukan perusahaan, termasuk proses perencanaan hingga pelaksanaan. Direktur operasional berperan sebagai penghubung antara direktur utama dengan seluruh karyawan.

9) **Direktur Teknik :**

Direktur Teknik bertanggung jawab mencari dan merekrut pemain potensial untuk klub. Mereka melakukan pemantauan pemain, melakukan negosiasi kontrak, dan berkoordinasi dengan pelatih kepala untuk memenuhi kebutuhan tim.

10) **Direktur Perencanaan Perusahaan & Pengembangan Bisnis:**

Memiliki tugas untuk merumuskan program, mengoordinasikan pelaksanaan dan melaporkan kegiatan di bidang perencanaan dan sistem informasi serta menjamin proses perencanaan yang akurat dan tersedianya dukungan sistem informasi yang handal bagi pelaksanaan proses bisnis.

4.1.4 Visi dan Misi

Motto dari Sriwijaya Air adalah “menjadikan semua pihak sebagai rekan kami saat terbang” atau yang biasa disingkat menjadi “Your Flying Partner”. Tagline tersebut menjadi kata kunci atas keramahtamahan insan Sriwijaya Air dalam memberikan pelayanan kepada setiap Pelanggan. Adapula visi dan misi dari Sriwijaya Air, yakni:

- a. Visi “Perusahaan penerbangan yang eksis dikawasan domestik yang mengutamakan kualitas pelayanan didukung oleh sumber daya manusia yang handal sehingga dapat menunjang pengembangan perusahaan dan kesejahteraan karyawan”.
- b. Misi “Berkomitmen dalam pembinaan dan pengembangan sumber daya manusia secara profesional untuk mencapai kualitas pelayanan yang terbaik sesuai harapan pelanggan”

4.2 Analisis Data dan Pembahasan

4.2.1 Gambaran Umum Identitas Responden

Berdasarkan kuesioner yang telah di isi oleh responden, diperoleh informasi tentang data identitas responden. Data tersebut di olah dan dimasukkan kedalam pengujian SPSS VERSI.26. Penyajian data mengenai identitas 97 responden disini, bertujuan untuk memberikan gambaran tentang keadaan individu dari responden yang meliputi jenis kelamin, usia responden dan pendidikan terakhir responden dapat dijelaskan pada tabel-tabel dibawah ini :

4.2.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian disajikan pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.2

Tabel Jenis Kelamin Responden

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	66	34.9	68.0	68.0
	Perempuan	31	16.4	32.0	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 66 responden (68%) dan jenis kelamin perempuan sebanyak 31 responden (32%).

4.2.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Identitas responden berdasarkan usia pada penelitian disajikan pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3
Tabel Usia Responden

		USIA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 Th	32	16.9	33.0	33.0
	26-35 th	65	34.4	67.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa responden yang berusia 17-25 tahun terdapat 32 responden (33%) dan responden yang berusia 26-35 tahun terdapat 65 responden (67.0%),

4.2.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Identitas responden berdasarkan usia pada penelitian disajikan pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Tabel Pendidikan Terakhir Responden

		PENDIDIKAN TERAKHIR			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	SMA	53	28.0	54.6	54.6
	Perguruan tinggi	44	23.3	45.4	100.0
	Total	97	51.3	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 diatas bahwa responden pada penelitian ini didominasi oleh kelompok responden yang berpendidikan SMA yaitu sebesar 53 responden (54,6%), dan kelompok perguruan tinggi sebesar 44 responden (45,4%).

4.3 Analisis Deskriptif

4.3.1 Harga (X1)

Berdasarkan hasil jawaban dari 97 responden penumpang

Pengguna Sriwijaya AIR, terdapat 3 indikator dalam melakukan penelitian mengenai harga terhadap keputusan pembelian yang dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

a. Kesesuaian harga dengan kualitas jasa

Penyajian data dibawah ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan atau pernyataan melalui kuesioner yang telah disebarkan tentang variabel harga terhadap keputusan pembelian Sriwijaya AIR, yaitu dengan cara menggunakan alat bantu program *SPSS V.26* yang diolah pada tahun 2023.

Tabel 4.5

KESESUAIN HARGA DENGAN KUALITAS JASA (X1.1)

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0	0	0
	TS	0	0	0	0
	CS	7	7,2	7,2	7,2
	S	65	67,0	67,0	74,2
	SS	25	25,8	25,8	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa untuk indikator mudah dipelajari, responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 7 responden (7,2%), setuju sebanyak 65 responden (67,0%) dan responden yang menjawab sangatsetuju sebanyak 25 responden (25,8%).

B. Daya saing harga

Penyajian data dibawah ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan atau pernyataan melalui kuesioner yang telah disebarkan tentang variabel harga terhadap keputusan pembelian Sriwijaya AIR, yaitu dengan cara menggunakan alat bantu program *SPSS V.26* yang diolah pada tahun 2023

Tabel 4.6
Daya Saing Harga (X1.2)

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0	0	0
	TS	0	0	0	0
	CS	20	20,6	20,6	20,6
	S	61	62,9	62,9	83,5
	SS	16	16,5	16,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa untuk indikator Daya saing harga responden yang menjawab, sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 20 responden (20,6%), setuju sebanyak 61 responden (62,9%) dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 16 responden (16,5%).

C. Kesesuaian Harga dengan manfaat

Berdasarkan hasil jawaban dari 97 responden penumpang Pengguna Sriwijaya AIR dibagi menggunakan jawaban sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), cukup setuju (CS), setuju (S) dan sangat setuju (SS) .pertanyaan yang di berikan adalah apakah anda setuju bahwa harga tiket sriwijaya air telah sesuai dengan kualitas yang akan diterima oleh konsumen. Pertanyaan tersebut kemudian di masukan kepenyajian data dibawah ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan atau pernyataan melalui kuesioner yang telah disebarakan tentang variabel harga terhadap keputusan pembelian Sriwijaya AIR, yaitu dengan cara menggunakan alat bantu program SPSS V.26 yang diolah pada tahun 2023.

Tabel 4.7
Kesesuaian Harga dengan manfaat (X1.3)

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0	0	0
	TS	0	0	0	0
	CS	9	9,3	9,3	9,3
	S	71	73,2	73,2	82,5
	SS	17	17,5	17,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa untuk indikator mudah dioperasikan, responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 9 responden (9,3%), setuju sebanyak 71 responden (73,2%) dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 responden (17,5%).

4.3.2 Kualitas Layanan

Berdasarkan hasil jawaban dari 97 responden pengguna Sriwijaya AIR, terdapat 3 indikator dalam melakukan penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Sriwijaya AIR yang dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

a. Bukti Fisik

Penyajian data dibawah ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan atau pernyataan melalui kuesioner yang telah disebarkan tentang variabel Bukti Fisik terhadap keputusan pembelian Sriwijaya AIR yaitu dengan cara menggunakan alat bantu program *SPSS V.26* yang diolah pada tahun 2023.

Tabel 4.8
Bukti Fisik (X2.1)

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0	0	0
	TS	0	0	0	0
	CS	13	13,4	13,4	13,4
	S	34	35,1	35,1	48,5
	SS	50	51,5	51,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

`Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk indikator kualitas pelayanan untuk bukti fisik, responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 13 responden (13,4%), setuju sebanyak 34 responden (35,1%) dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 50 responden (51,5%).

b. Keandalan

Penyajian data dibawah ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan atau pernyataan melalui kuesioner yang telah disebarakan tentang variabel kualitas pelayanan terhadap akurasi, yaitu dengan cara menggunakan alat bantu program *SPSS V.26* yang diolah pada tahun 2023.

Tabel 4.9
Keandalan(X2.2)

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0	0	0
	TS	0	0	0	0
	CS	16	16,5	16,5	16,5
	S	41	42,3	42,3	58,8
	SS	40	41,2	41,2	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa untuk indikator kualitas pelayanan untuk kehandalan, responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 16 responden (16,5%), setuju sebanyak 41 responden (42,3%) dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 40 responden (41,2%).

c. Ketanggapan

Penyajian data dibawah ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan atau pernyataan melalui kuesioner yangtelah disebarkan tentang variabel Ketanggapan Pada Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa untuk indikator kualitas pelayanan untuk akurasi, responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 22 responden (29,3%), setuju sebanyak 34 responden (45,3%) dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 19 responden (25,3%). terhadap ketepatan waktu, yaitu dengan cara menggunakan alat bantu program *SPSS V.26* yang diolah pada tahun 2023.

Tabel 4.10

Ketanggapan (X2.3)

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0	0	0
	TS	0	0	0	0
	CS	17	17,5	17,5	17,5
	S	35	36,1	36,1	53,6
	SS	45	46,4	46,4	100,0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa untuk indikator kualitas pelayanan untuk ketanggapan, responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak

setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 17 responden (17,5%), setuju sebanyak 35 responden (36,1%) dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 45 responden (46,4%).

d. Jaminan

Penyajian data dibawah ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan atau pernyataan melalui kuesioner yang telah disebarkan tentang variabel Ketanggapan terhadap ketepatan waktu, yaitu dengan cara menggunakan alat bantu program *SPSS V.26* yang diolah pada tahun 2023

Tabel 4.11
Jaminan (X2.4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0	0	0
	TS	0	0	0	0
	CS	18	18,6	18,6	18,6
	S	59	60,8	60,8	79,4
	SS	20	20,6	20,6	100,0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa untuk indikator kualitas pelayanan untuk ketepatan waktu, responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 18 responden (18,6%), setuju sebanyak 59 responden (60,8%) dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 responden (20,6%).\

e. Empati

Penyajian data dibawah ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan atau pernyataan melalui kuesioner yang telah disebarkan tentang variabel Ketanggapan terhadap ketepatan waktu, yaitu dengan cara menggunakan alat bantu program *SPSS V.26* yang diolah pada tahun 2023

Tabel 4.12
Empati (X2.5)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0	0	0
	TS	0	0	0	0
	CS	17	17,5	17,5	17,5
	S	35	36,1	36,1	53,6
	SS	45	46,4	46,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa untuk indikator kualitas pelayanan untuk ketepatan waktu, responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 17 responden (17,5%), setuju sebanyak 35 responden (36,1%) dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 45 responden (46,4%).

4.3.3 Promosi

Berdasarkan hasil jawaban dari 97 responden pengguna Sriwijaya AIR, terdapat 3 indikator dalam melakukan penelitian mengenai promosi terhadap keputusan pembelian yang dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

a. Periklanan

Penyajian data dibawah ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan atau pernyataan melalui kuesioner yangtelah disebarkan tentang variabel promosi terhadap keputusan pembelian, yaitu dengan cara menggunakan alat bantu program *SPSS V.26* yang diolah pada tahun 2023.

Tabel 4.13
Periklanan(X3.1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0	0	0
	TS	0	0	0	0
	CS	6	6,2	6,2	6,2
	S	47	48,5	48,5	54,6
	SS	44	45,4	45,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.13 dapat diketahui bahwa untuk indikator promosi untuk Periklanan, responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 6 responden (6,2%), setuju sebanyak 47 responden (48,5%) dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 44 responden (45,4%).

b. Jangkauan farmasi

Berdasarkan hasil jawaban dari 97 responden penumpang Pengguna Sriwijaya AIR dibagui menggunakan jawaban sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), cukup setuju (CS), setuju (S) dan sangat setuju (SS) .pertanyaan yang di berikan adalah apakah anda setuju bahwa informasi tentang pembelian tiket pesawat sriwijaya air tidak hanya dapat dilihat dari agen penerbangan saya tapi juga media cetak, elektronik maupun dari media sosia. Penyajian data dibawah ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan atau pernyataan melalui kuesioner yang telah disebarakan tentang variabel promo terhadap keputusan pembelian, yaitu dengan cara menggunakan alat bantu program SPSS V.26 yang diolah pada tahun 2023.

Tabel 4.14
Jangkauan Promosi (X3.2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0	0	0
	TS	0	0	0	0
	CS	8	8,2	8,2	8,2
	S	49	50,5	50,5	58,8
	SS	40	41,2	41,2	100,0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.14 dapat diketahui bahwa untuk indikator promosi untuk Jangkauan farmasi, responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 8 responden (8,2%), setuju sebanyak 49 responden (50,5%) dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 40 responden (41,2%).

c. Informasi layanan

Penyajian data dibawah ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan atau pernyataan melalui kuesioner yangtelah disebarkan tentang variabel promosi terhadap keputusan pembelian, yaitu dengan cara menggunakan alat bantu program *SPSS V.26* yang diolah pada tahun 2023.

Tabel 4.15
Informasi layanan (X3.3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0	0	0
	TS	0	0	0	0
	CS	10	10,3	10,3	10,3
	S	54	55,7	55,7	66,0
	SS	33	34,0	34,0	100,0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.15 dapat diketahui bahwa untuk indikator promosi untuk Informasi Layanan, responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 10 responden (10,3%), setuju sebanyak 54 responden (55,7%) dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 33 responden (34,0%).

4.3.4 Keputusan pembelian

Berdasarkan hasil jawaban dari 97 responden pengguna Sriwijaya AIR, terdapat 3 indikator dalam melakukan penelitian mengenai keputusan pembelian yang dapat dijelaskan pada tabel dibawah ini sebagai berikut:

a. Kecepatan dalam membeli sebuah produk

Penyajian data dibawah ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan atau pernyataan melalui kuesioner yangtelah disebarkan tentang variabel keputusan pembelian, yaitu dengan cara menggunakan alat bantu program *SPSS V.26* yang diolah pada tahun 2023.

Tabel 4.16
Kecepatan dalam membeli sebuah produk (Y1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0	0	0
	TS	0	0	0	0
	CS	18	18,6	18,6	18,6
	S	59	60,8	60,8	79,4
	SS	20	20,6	20,6	100,0
Total		97	100.0	100.0	

Sumber : Sumber Data Primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.16 dapat diketahui bahwa untuk indikator keputusan pembelian untuk pengalaman pengguna Kecepatan dalam membeli sebuah produk , responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 18 responden (18,6%), setuju

sebanyak 59 responden (60,8%) dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 20 responden (20,6%).

b. Kebiasaan dalam membeli sebuah produk

Penyajian data dibawah ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan atau pernyataan melalui kuesioner yangtelah disebarkan tentang variabel keputusan pembelian, yaitu dengan cara menggunakan alat bantu program *SPSS V.26* yang diolah pada tahun 2023.

Tabel 4.17

Kebiasaan dalam membeli sebuah produk (Y2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0	0	0
	TS	0	0	0	0
	CS	21	21,6	21,6	21,6
	S	59	60,8	60,8	82,5
	SS	17	17,5	17,5	100,0
	Total	97	100.0	100.0	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Pada Tabel 4.17 dapat diketahui bahwa untuk indikator keputusan pembelian untuk kebiasaan dalam membeli sebuah produk, responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 21 responden (21,6%), setuju sebanyak 59 responden (60,8%) dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 17 responden (17,5%).

c. Kemantapan pada sebuah produk

Penyajian data dibawah ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden terkait pernyataan atau pernyataan melalui kuesioner yang telah disebarkan tentang variabel keputusan pembelian, yaitu dengan cara menggunakan alat bantu program *SPSS V.26* yang diolah pada tahun 2023.

Tabel 4.18
Kemantapan pada sebuah produk (Y3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	0	0	0	0
	TS	0	0	0	0
	CS	19	19,6	19,6	19,6
	S	64	66,0	66,0	85,6
	SS	14	14,4	14,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023

Pada Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa untuk indikator keputusan pembelian untuk Kemantapan pada sebuah produk, responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 0 responden (0%), cukup setuju sebanyak 19 responden (19,6%), setuju sebanyak 64 responden (66,0%) dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 14 responden (14,4%).

4.4 Uji Validitas Dan Reliabilitas

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghozali, 2018). Pengujian validitas dibawah ini menggunakan *SPSSV.26* dari hasil pengujian tersebut dapat diperoleh hasil sebagai berikut: Dimana r_{tabel} dilihat dari tabel statistik uji dua sisi, *degree of freedom* (df) = n-2 Dimana n = jumlah sampel Jadi, $df = 97 - 2 = 95$ *Level of significant* = 0,01 dan $r_{tabel} = 0.2604$ Adapun hasil dari uji validitas berdasarkan masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Pengujian Validitas

Variabel		r hitung	>/<	r tabel	Keterangan
X1	X1.1	0,860	>	0,2604	Valid
	X1.2	0,809	>	0,2604	Valid
	X1.3	0,849	>	0,2604	Valid
X2	X2.1	0,846	>	0,2604	Valid
	X2.2	0,897	>	0,2604	Valid
	X2.3	0,938	>	0,2604	Valid
	X2.4	0,646	>	0,2604	Valid
	X2.5	0,938	>	0,2604	Valid
X3	X3.1	0,879	>	0,2604	Valid
	X3.2	0,899	>	0,2604	Valid
	X3.3	0,904	>	0,2604	Valid
Y	Y1	0,818	>	0,2604	Valid
	Y2	0,848	>	0,2604	Valid
	Y3	0,780	>	0,2604	Valid

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023

Berdasarkan dari tabel 4.19 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur semua variabel dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari $r_{\text{tabel}} = 0.2604$ (nilai r_{tabel} untuk $df = n-2$ dimana $n = 95$), sehingga semua indikator yang digunakan tersebut adalah valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Imam Ghozali, 2018). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,7$. Dibawah ini adalah hasil dari uji reliabilitas.

Tabel 4.20
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Standard Reliabilitas	Keterangan
Harga (X1)	0,843	0,7	Reliabel
Kualitas pelayanan (X2)	0,910	0,7	Reliabel
Promosi (X3)	0,874	0,7	Reliabel
Keputusan pembelian (Y)	0,748	0,7	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023

Berdasarkan pada pengujian reliabilitas tabel 4.20, semua hasil uji reliabilitas variabel penelitian dapat disimpulkan reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* (α) yang lebih besar dari 0,7. Sehingga semua jawaban pada kuesioner dapat digunakan untuk perhitungan statistik selanjutnya karena menunjukkan hasil yang valid dan reliabel.

4.5 Uji Asumsi Klasik

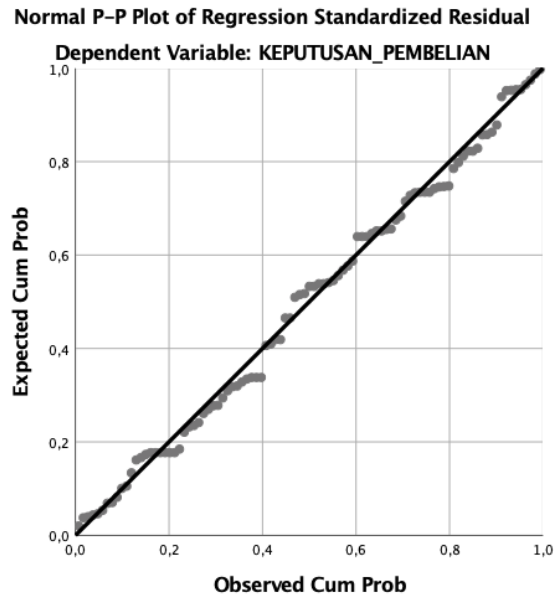
4.5.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas, keduanya terdistribusi normal atau tidak (Imam Ghazali, 2018). Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Untuk mendeteksi apakah data normal atau tidak dapat dilakukan dengan dua cara:

a. Analisis Grafik

Analisi grafik yaitu dengan cara melihat normal *probability plot*. Jika data residual normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan berada disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonalnya.

Gambar 4.2
Grafik P-P Plot



Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023

Berdasarkan dari gambar 4.2 hasil uji normalitas dengan model grafik atau *P-P Plot of regression standardizer residual* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut, maka residual pada model tersebut terdistribusi secara normal. Distribusi normal membentuk suatu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya.

b. Analisis Statistik

Analisis statistik yaitu dengan uji *kolmogorov smirnov*. Uji Kolmogorov smirnov bisa diartikan sebagai metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dari dua sampel independen dengan bentuk data ordinal yang disusun pada tabel distribusi frekuensi kumulatif dengan sistem interval kelas Pengujian dapat di lihat dari nilai test statistik dan nilai signifikansi pada kolom *unstandardized residual*. Jika nilainya $> 0,05$ maka datanya sudah di distribusi normal.

Tabel 4.21
Hasil Pengujian Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,92142513
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,066
	Negative	-,046
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.21 dapat dijelaskan bahwa nilai *asymp. Sig. (2-tailed)* pada kolom *unstandardized residual* pada uji K-S adalah 0,200 dengan signifikan lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi secara normal. Hal ini berarti data sudah terdistribusi secara normal.

4.5.2 Uji Multikolonieritas

Pengujian ini dimaksudkan untuk melihat apakah terdapat dua atau lebih variabel bebas yang berkorelasi secara linier. Apabila terjadi keadaan ini maka kita akan menghadapi kesulitan untuk membedakan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Untuk mendeteksi adanya gejala multikolonieritas dalam model penelitian dapat dilihat dari nilai toleransi (*tolerance value*) atau nilai Variance Inflation Factor (VIF). Batas *tolerance* > 0,10 dan batas VIF < 10,00, sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat multikolonieritas diantara variabel bebas.

Uji Multikoliniertitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik harusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (*independent*) (Imam Ghozali, 2018). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya

gejala multikoliniertas didalam regresi adalah sebagai berikut:

- a. Menganalisis matriks korelasi variabel independen. Jika antara variabel independen ada korelasi yang cukup tinggi (lebih dari 0,90), maka ada indikasi multikoliniertas.

Tabel 4.22

Uji Multikoliniertas Matrik Korelasi antar Variabel Bebas

Coefficient Correlations ^a					
Model			PROMOSI	HARGA	KUALITAS LAYANAN
1	Correlations	PROMOSI	1,000	-,228	-,511
		HARGA	-,228	1,000	-,298
		KUALITAS_LAYANAN	-,511	-,298	1,000
	Covariances	PROMOSI	,006	-,001	-,002
		HARGA	-,001	,006	-,001
		KUALITAS_LAYANAN	-,002	-,001	,002

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023

Dari tabel matrik korelasi pada tabel 4.22 diatas didapat nilai koefisian korelasi antara variabel harga (X1) dengan variabel kualitas pelayanan (X2) nilai korelasinya adalah sebesar -0,298, variabel harga (X1) dengan variabel promosi (X3) nilai korelasinya adalah sebesar -0,228, variabel kualitas pelayanan (X2) dengan variabel promosi (X3) nilai korelasinya adalah sebesar -0,511. Sesuai ketentuan dari uji multikoliniertas dengan menggunakan matrik kolerasi dibawah 0,90. Maka dapat disimpulkan berdasarkan matriks korelasi tidak terjadi gejala multikoliniertas.

- b. Mempunyai angka *Tolerance* > 0,1 dan mempunyai nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10, maka tidak terjadi multikoliniertas. Adapun hasil dari uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.23
Uji Multikoliniertas dari Nilai *Tolerance* dan VIF

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,443	,916		1,575	,119		
	HARGA	,266	,077	,259	3,439	,001	,715	1,399
	KUALITAS_LAYANAN	,244	,042	,497	5,835	,000	,557	1,795
	PROMOSI	,159	,076	,175	2,099	,038	,580	1,725

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023

Berdasarkan pada tabel 4.23 uji multikoliniertas dari nilai *tolerance* dan VIF, dapat dilihat dari variabel independen nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10. Dapat disimpulkan dari tabel tersebut, bahwa variabel independen tidak terjadi multikoliniertas.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

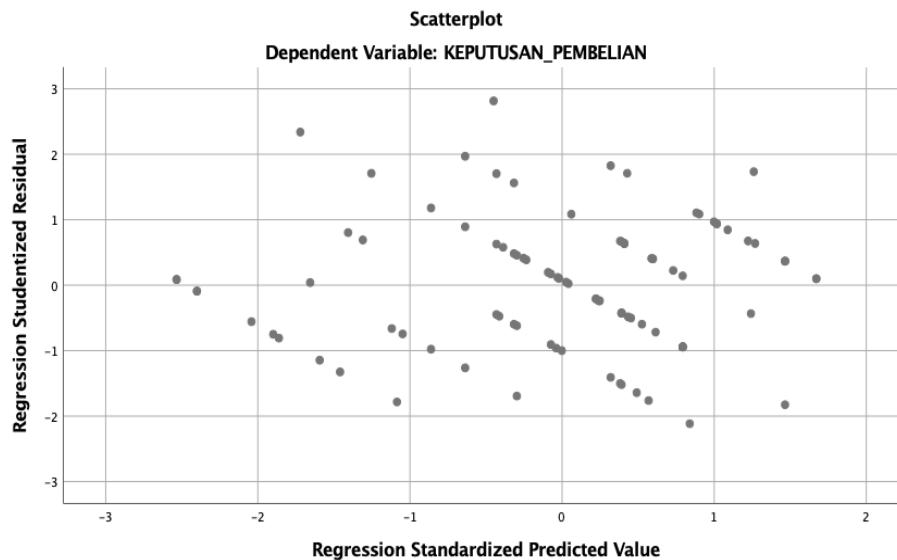
Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. (Imam Ghazali, 2018).

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya Heteroskedastisitas yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik.

a. Analisis Uji Grafik (*Scatterplot*)

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (*point-point*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (*bergelombang*, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.3 Grafik *Scatterplot*



Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023

Berdasarkan pada gambar 4.3 menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu serta titik-titik yang menyebar serta acak diatas maupun dibawah angka 0 (*no*) pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

b. Analisis Statistik (Uji Glejser)

Dengan menggunakan Uji Glejser yaitu untuk meregresi nilai *absolut residual* terhadap variabel independen, jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.24
Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,789	,536		1,473	,144
	HARGA	-,032	,045	-,087	-,710	,480
	KUALITAS_LAYANAN	,005	,024	,029	,206	,837
	PROMOSI	,018	,044	,057	,417	,678

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.24 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel independen (Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi) lebih dari 0,05. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak memiliki gejala adanya heteroskedastisitas.

4.5.4 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Imam Ghazali, 2018). Cara pengujiannya dilakukan dengan menggunakan statistik DW “Durbin- Watson” (The Durbin Watson Statistik) dengan ketentuan, Pengambilan keputusan pada uji Durbin Watson sebagai berikut:

- $DU < DW < 4 - DU$ artinya tidak terjadi autokorelasi
- $DW < DL$ atau $DW > 4 - DL$ artinya terjadi autokorelasi
- $DL < DW < DU$ atau $4 - DU < DW < 4 - DL$ artinya tidak ada kepastian

Apabila hasil uji Durbin-Waston tidak dapat disimpulkan apakah terdapat autokorelasi atau tidak maka dilanjutkan dengan runs test. Hasil dari pengujian autokorelasi pada penelitian ini ditunjukkan seperti pada tabel 4.25 berikut ini:

Tabel 4.25

Hasil Uji *Durbin Watson*

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,790 ^a	,624	,611	,936	1,954

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023

Pengujian Durbin Watson pada tabel 4.25 tersebut diatas maka hasil autokorelasi di peroleh DW sebesar 1,954 pada tabel Durbin Watson untuk $n = 97$ dan jumlah variabel independen = 3 ($K=3$) di peroleh nilai $DL = 1,606$, nilai $DU = 1,733$, nilai $4 - DU = 2,267$ dan nilai $4 - DL = 2,394$. Maka dapat di simpulkan karena nilai $DU (1,733) < DW (1,954) < 4 - DU (2,267)$ tidak terjadi autokorelasi.

Pada tabel 4.2 bisa lihat bahwa Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson :

$$n = 97$$

$$K = 3$$

$$DW = 1,954$$

$$dU = 1,733$$

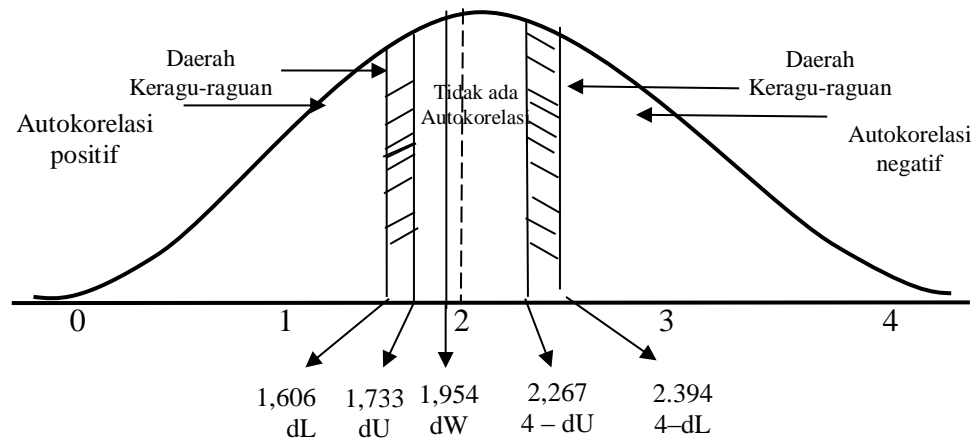
$$4 - DU = 2,267$$

$$\text{Hasil} = DU < DW < 4 - DU$$

$$= 1,733 < 1,954 < 2,267$$

Kesimpulannya yaitu tidak terdeteksi Autokorelasi.

Gambar 4.4
Uji Durbin Watson



Sumber : *Data primer yang di olah tahun 2023 (output SPSS V.26)*

Dari hasil pengujian autokorelasi pada gambar 4.4 diatas dapat dijelaskan bahwa $dU (1,733) < dW (1,954) < 4 - dU (2,267)$ artinya tidak terjadi autokorelasi sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian dapat diterima.

Berdasarkan gambar 4.5 diatas, dapat dijelaskan bahwa nilai Uji *Durbin Watson* sebesar 1,954 berada didaerah yang tidak ada indikator penyimpanan autokorelasi. Berdasarkan uji statistik *Durbin Watson* dapat disimpulkan bahwa model penelitian dapat diterima.

4.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen (Imam Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian. Perhitungan dilakukan dengan *SPSS V.26*. Hasil pengolahan dengan *SPSS* sebagai berikut:

Tabel 4.26
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,443	,916		1,575	,119
	HARGA	,266	,077	,259	3,439	,001
	KUALITAS_LAYANAN	,244	,042	,497	5,835	,000
	PROMOSI	,159	,076	,175	2,099	,038
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN						

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023

Pada tabel 4.26 diatas yang menggunakan alat bantu SPSS V.26 dapat diketahui bahwa model penelitian dari regresi linier berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + \mu$$

$$Y = 1,443 + 0,266.X_1 + 0,244.X_2 + 0,159.X_3 + \mu$$

Berdasarkan persamaan tersebut diatas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized coefficients* pada tabel 4.23 analisis regresi dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Konstanta sebesar 1,443 menyatakan bahwa apabila variabel lain dianggap tetap (tidak dilakukan perubahan) maka Y (Variabel dependen) yaitu keputusan pembelian, akan mengalami peningkatan sebesar 1,443
- b. Koefisien regresi harga (X1) sebesar 0,266 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap (konstan) dan variabel harga yang meliputi (kesesuaian harga dengan kualitas jasa, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat)ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,266.
- c. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X2) sebesar 0,244 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap (konstan) dan variabel kualitas

- pelayanan yang meliputi (bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati) ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,244
- d. Koefisien regresi Promosi (X3) sebesar 0,159 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap (konstan) dan variabel promosi yang meliputi (periklanan, jangkauan promoi, dan informasi layanan) ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka variabel keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,159
- e. Nilai μ adalah nilai dari variabel – variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

4.7 Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial/Individual)

Uji t adalah pengujian signifikan parsial atau individual yang digunakan untuk menganalisis apakah variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

a. Merumuskan hipotesis

-Ho :Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

-Ha :Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Menentukan ttabel :

1. Jumlah responden (n) = 97
2. Jumlah variabel bebas (k) = 3
3. Derajat bebas (db) = $n-k = 97-3 = 94$
4. Taraf signifikan $\alpha = 0,05$
5. T tabel = 1.98552

b. Kriteria pengujian:

1. Ho diterima apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$.
2. Ha diterima apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$.

Tabel 4.27**Hasil Uji-t**

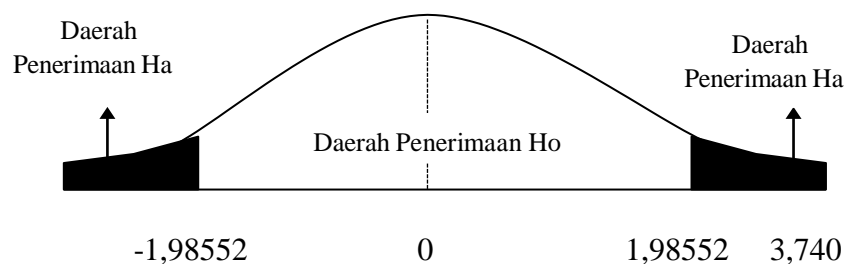
Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,443	,916		1,575	,119
	HARGA	,266	,077	,259	3,439	,001
	KUALITAS_LAYANAN	,244	,042	,497	5,835	,000
	PROMOSI	,159	,076	,175	2,099	,038

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023

1. Uji Hipotesis 1

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS pada pengujian hipotesis pertama (H1) diperoleh angka nilai T hitung sebesar $3.439 > T$ tabel 1.985, yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan diduga faktor harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air studi pada bandara internasional jenderal ahmad yani semarang, diterima. Sedangkan nilai signifikan yang di peroleh $0,001 < 0,05$ maka dikatakan signifikan.

Gambar 4.5**Kurva Uji t Variabel Harga (X1)**

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

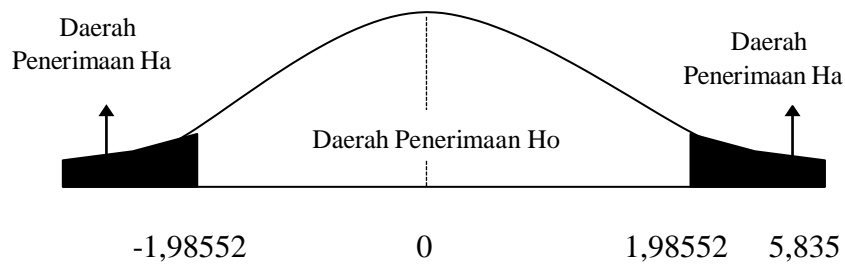
2. Uji Hipotesis 2

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS pada pengujian hipotesis kedua (H2) diperoleh angka nilai T hitung sebesar $5,835 > T$ tabel 1.98552, yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan

diduga faktor kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air studi pada bandara internasional jenderal ahmad yani semarang, diterima. Sedangkan nilai signiikan yang di peroleh $0,000 < 0,05$ maka dikatakan signifikan.

Gambar 4.6

Kurva Uji t Variabel Kualitas Layanan (X2)



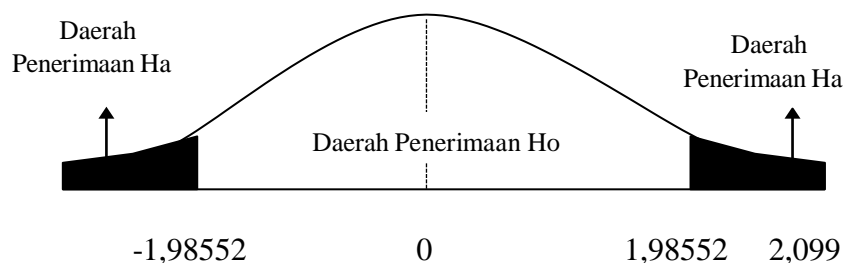
Sumber: Data primer yang diolah, 2023

3. Uji Hipotesis 3

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS pada pengujian hipotesis ketiga (H3) diperoleh angka nilai T hitung sebesar $2,099 > T$ tabel $1,98552$, yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan diduga faktor promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air studi pada bandara internasional jenderal ahmad yani semarang, diterima. Sedangkan nilai signiikan yang di peroleh $0,038 < 0,05$ maka dikatakan signifikan

Gambar 4.7

Kurva Uji t Variabel Promosi (X3)



Sumber: Data primer yang diolah, 2023

4.8 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai Koefisien Determinasi adalah antara 0 (satu) dan 1 (satu), (Imam Ghozali, 2018).

Tabel 4.28
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,790 ^a	,624	,611	,936

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2023

Dari tabel 4.28 hasil uji regresi diatas didapatkan angka koefisien determinasi (Adjust R Square) sebesar 0,611. Hal ini berarti bahwa variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan promosi (X3) memiliki kontribusi sebesar 0,611 atau 61,1% dalam mempengaruhi keputusan pembelian (Y). Faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna ($100\% - 61,1\% = 38,9\%$). Jadi, sisanya sebesar 38,9% variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

4.9 Rekap Jawaban Pertanyaan Terbuka

Dewa (2019) menyebut bahwa pertanyaan terbuka (*Open-Ended Question*) diperlukan untuk memperdalam pembahasan dan implikasi manajerial. Pemilihan subyek berdasarkan anggapan responden memiliki informasi yang relevan dengan studi ini. Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mempersiapkan dokumen utama yang terdiri atas transkrip jawaban responden berdasarkan kuesioner.
2. Melakukan pengkodean, yaitu memilih kode kata yang bermakna dan sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Melakukan pembahasan berdasarkan kesesuaian hasil analisis.

Hasil jawaban dari 97 responden penumpang maskapai penerbangan Sriwijaya Air terhadap pertanyaan terbuka dari setiap variabel yang diajukan oleh peneliti dapat dijelaskan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.29
Rekap Jawaban Pertanyaan Terbuka

Variabel	Jawaban Responden	Skor
X1	Perusahaan harus melakukan inovasi harga terhadap kualitas yang dibrikan agar dapat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen Sriwijaya Air	23
	Harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan maskapai penerbangan lainnya	33
	Diharapkan maskapai penerbangan Sriwijaya Air dapat memberikan kesesuain. harga yang ditawarkan sudah terjangkau dan cukup dipertahankan, Konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan kepuasan yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang merka keluarkan	41
Total		97
X2	Tambahan fasilitas hiburan dalam pesawat sehingga penumpang tidak merasa bosan	13
	Memperluas jarak antar kursi penumpang	29
	Interior pesawat yang tidak layak pakai diperbaharui	10
	Pramugara/i cepat tanggap melayani permintaan penumpang	15
	Fasilitas yang dimiliki dipertahankan	15
	Keberangkatan tepat waktu	25
Total		97
X3	Iklan mudah ditemui dan menarik perhatian	60

	Promosi yang diberikan bervariasi	12
	Promosi yang diberikan banyak dijumpai	25
Total		97
Y	Peningkatan Kualitas pelayanan yang diberikan	28
	Pemberian potongan harga bagi penumpang	37
	Mengurangi sering terjadinya delay terhadap penerbangan	17
	Kenyamanan didalam maskapai dikembangkan	10
	Peningkatan system informasi terhadap jadwal penerbangan	5
Total		97

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan dan Saran

5.1.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- A. Berdasarkan secara keseluruhan dari hasil penelitian variabel Harga dapat diambil kesimpulan, bahwa Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Jasa sudah baik, dikarenakan Sriwijaya AIR memberikan spesifikasi yang berupa kualitas jasa. Harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Indikator Daya Saing Harga sudah baik, dikarenakan Sriwijaya AIR memberikan harga yang dapat ditawarkan lebih rendah atau dibawah rata-rata. Indikator Kesesuaian Harga dengan Manfaat sudah baik, dikarenakan konsumen akan merasa puas ketika mereka mendapatkan manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.
- B. Berdasarkan secara keseluruhan dari hasil penelitian variabel Kualitas Layanan dapat diambil kesimpulan, bahwa Indikator Bukti Fisik sudah baik, dikarenakan Sriwijaya AIR memberikan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan pemberi jasa. Indikator Keandalan sudah baik, dikarenakan Sriwijaya AIR memberikan layanan yang menjanjikan dengan segera dan akurat serta memuaskan seperti memberikan pelayanan sesuai janji. Indikator Ketanggapan sudah baik, dikarenakan Sriwijaya AIR memiliki karyawan yang *Responsiveness* yaitu keinginan dan kesigapan dalam memberikan pelayanan dengan sebaik mungkin. Indikator Jaminan sudah baik, dikarenakan Sriwijaya AIR memberikan jaminan untuk menumbuhkan rasa percaya terhadap perusahaan. Indikator Empati sudah baik, dikarenakan Sriwijaya

AIR berusaha memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

- C. Berdasarkan secara keseluruhan dari hasil penelitian variabel Promosi dapat diambil kesimpulan, bahwa Indikator Periklanan sudah baik, dikarenakan Sriwijaya AIR memberikan penyajian secara non-personal dan promosi ide, promosi barang atau jasa oleh sponsor yang ditunjuk dengan mendapatkan bayaran. Indikator Jangkauan Promosi sudah baik, dikarenakan Sriwijaya AIR memberikan komunikasi baik secara langsung ataupun bisa melalui berbagai cara. Indikator Informasi Layanan sudah baik, dikarenakan Sriwijaya AIR memberi informasi layanan untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli produk untuk jasa konsumen dimana menyediakan penyajian informasi produk.

5.1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

- A. Adapun Variabel Harga dari Sriwijaya AIR sudah baik. Berkaitan dengan indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Jasa sudah baik sehingga perlu dipertahankan namun untuk kualitas layanan jasa harus terus ditingkatkan supaya konsumen lebih memilih bepergian menggunakan jasa pesawat terbang terutama menggunakan maskapai Sriwijaya AIR, indikator Daya Saing sudah baik namun harga tiket harus berbanding lurus dengan fasilitas yang diberikan kepada konsumen agar tidak terjadi kerugian terhadap maskapai, indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaat sudah cukup baik tetapi harus lebih ditingkatkan lagi agar harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kualitas jasa yang di tawarkan.

- B. Adapun Kualitas Layanan dari Sriwijaya AIR sudah baik. Berkaitan dengan indikator Bukti Fisik sudah baik sehingga perlu dipertahankan khususnya hal-hal yang bisa langsung dilihat dan dirasakan oleh konsumen secara langsung, Indikator Kehandalan sudah baik sehingga perlu dipertahankan serta terus ditingkatkan mengenai pelayanan optimal yang harus diberikan kepada konsumen agar mendapat kesan yang baik terhadap maskapai khususnya Sriwijaya AIR , Indikator Ketanggapan untuk karyawan Sriwijaya AIR sudah baik sehingga perlu dipertahankan namun bagi karyawan baru disarankan pihak maskapai memberikan pelatihan terlebih dahulu dalam memberikan kesigapan respon terhadap keluhan konsumen sebelum bertugas, Indikator Jaminan sudah baik perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan untuk menaikkan rasa kepercayaan dan kepuasan terhadap keputusan pembelian tiket oleh konsumen, indikator Empati sudah cukup baik tetapi harus lebih ditingkatkan lagi agar Kualitas Layanan pada Sriwijaya AIR dapat memberikan kesan yang baik dan tidak membedakan satu dengan yang lainnya.
- C. Adapun promosi yang dilakukan oleh maskapai Sriwijaya AIR sudah baik. Berkaitan dengan indikator periklanan sudah baik namun perlu terus meningkatkan jangkauan iklan yang disampaikan untuk mempengaruhi keputusan pembelian tiket bagi calon konsumen khususnya untuk memilih maskapai Sriwijaya AIR, Indikator jangkauan promosi sudah baik perlu dipertahankan agar terciptanya layanan komunikasi yang baik bagi para konsumen sebelum menggunakan maskapai Sriwijaya AIR secara berkelanjutan, untuk indikator Informasi layanan sudah baik sehingga perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan khususnya menjamin setiap informasi yang disampaikan kepada konsumen yang menggunakan maskapai Sriwijaya AIR sesuai dengan yang ada dilapangan.

5.2 Implikasi Manajerial

Uraian dari hasil pengujian-pengujian diatas membuktikan bahwa keberadaan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, hal ini diasumsikan pada variabel harga, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sriwijaya AIR.

Alur saat penelitian mulai dari observasi ditempat penelitian mulai dari melakukan pengamatan langsung pada Sriwijaya air, melakukan wawancara kepada beberapa pegawai, mengenai seputar masalah yang diangkat pada penelitian, melakukan pembagian kuisioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria dalam skripsi ini dan melakukan dokumentasi dilokasi penelitian.

Dalam mengkaitkan antara hasil penelitian dengan peranan terhadap penilaian objek penelitian maka masing-masing variabel bebas memiliki implikasi sebagai berikut :

- A. Dapat dilihat dari pengujian regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel Harga (X_1) berada pada urutan pertama diantara ketiga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,266. Yaitu variabel harga berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian dimana indikatornya: Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Jasa, Daya Saing, Kesesuaian Harga Dengan Manfaat.

Implikasi manajerialnya adalah dengan adanya Sriwijaya AIR ini masyarakat menjadi lebih mudah dalam melakukan pelaporan jika terjadinya kerusakan atau eror pada Sriwijaya AIR sehingga masalahnya cepat teratasi. Variabel harga memiliki indikator yang meliputi: Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Jasa memiliki nilai 0,860, untuk Daya Saing memiliki nilai 0,909, dan Kesesuaian Harga Dengan Manfaat memiliki nilai 0,849. Maka indikator yang paling berpengaruh adalah Daya Saing yang memiliki nilai 0,909 yaitu para pengguna Sriwijaya AIR mengharapkan adanya Daya Saing Harga pada Sriwijaya AIR.

B. Dapat dilihat dari pengujian regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_2) berada pada urutan kedua diantara ketiga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,244. Yaitu variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian dimana indikatornya meliputi: Bukti Fisik, Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Empati.

Implikasi manajerialnya adalah para petugas sriwijaya air harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik terhadap pengguna aplikasi jika terjadi gangguan pada Sriwijaya AIR. Variabel kualitas pelayanan memiliki indikator yang meliputi: Bukti Fisik yang memiliki nilai 0,846, untuk indikator Keandalan memiliki nilai 0,897, untuk indikator Ketanggapan memiliki nilai 0,938, untuk indikator Jaminan memiliki nilai 0,646 dan untuk indikator Empati memiliki nilai 0,938. Maka indikator yang paling berpengaruh adalah Ketanggapan dan Empati yang memiliki nilai 0,938 yaitu para pengguna Sriwijaya AIR berharap petugas memiliki Ketanggapan dan Empati kepada pengguna dengan cepat dan baik jika adanya gangguan pada Sriwijaya AIR.

C. Dapat dilihat dari pengujian regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel Promosi (X_3) berada pada urutan ketiga diantara ketiga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,159. Yaitu variabel promosi berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian dimana indikatornya meliputi Periklanan, Jangkauan Promosi, dan Informasi Layanan.

Implikasi manajerialnya adalah dengan adanya promosi yang dilakukan dengan memberi promosi ungkapan perasaan kepada konsumen mengenai suatu objek tertentu dapat di terima atau tidak diterima dan disukai atau tidak disukai oleh pengguna yang memberi gambaran sebuah rasa percaya atas objek, atribut atau manfaatnya yaitu Sriwijaya AIR. Variabel Promosi memiliki indikator meliputi: Periklanan yang memiliki nilai 0,879, untuk indikator Jangkauan Promosi memiliki nilai 0,899 dan untuk indikator Informasi Layanan memiliki nilai 0,904.

Maka indikator yang paling berpengaruh adalah Kualitas Layanan yang memiliki nilai 0,904, yaitu para pengguna Sriwijaya AIR berharap petugas memberikan Kualitas Layanan yang baik dan menarik agar disukai oleh calon pengguna Sriwijaya AIR.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisandy, Y. (2018) '*Promosi Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*',
yossy arisandy, 4(1), pp. 74–88
- Buchari, Alma (2019) *Kewirausahaan*, Bandung, Alfabeta, ISBN : 979-8433
35-0 Stanton, William, J (2016), Pengaruh Bauran Pemasaran, Jakarta,
Erlangga
- Fuad Nazar Hakim, Saino (2021), Analisis Faktor Yang Mempengaruhi
Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Surabaya Bus,
Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), DOI : 10.29264/JFOR
V2312.7974
- Ghozali imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Prog IBM SPSS*
23. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM*
SPSS 25. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kris H. Timotius. 2017. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Cv
Andi Offset.
- Lovelock, C dan John Wirtz (2017), *Bauran Komunikasi Pemasaran Jasa*,
Hackensack : World Scientific Publishing
- Lupiyoadi, Rambat (2016), *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*,
Jakarta : Salemba Empat
- Muharam, Wifky dan Soliha, Euis (2017), Kualitas Produk, Citra Merek,
Persepsi Harga dan Keputusn Pembelian Konsumen Honda Mobilio,
Jurnal Manajemen, Vol 5, Nomor 2 : 2839-2847
- Nitisemito, Alex (2007), *Manajemen Personalia*, Cetakan X, Jakarta, PT. Raja
Grafindo Persada
- Sugiyono. 2016. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F (2018), *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*
(Edisi 3), Yogyakarta : Andi Wahyuningsih.

- Martowinangun, K., Sri Lestari, D.J. and Karyadi, K. (2019) 'Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan', *Jurnal Co Management*, 2(1), pp. 139–152.
- Nursalam (2017) 'metodologi penelitian praktis', *salemba medika. Jakarta*, *hh* 1- 454.
- Prihartono, R.M.S. (2020) '*Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*', *Jimea*, 4(1), pp.106113.
- Silalahi. (2019) '*Metode Penelitian*.Jakarta : Raja Grasindo Persada'.
- Sugiyono (2016) '*Metode Penelitian, Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*', *Bandung: Alfabeta* [Preprint].
- Wirawan. (2019) '*Evaluasi Kinerja Sumber Daya Manusia:Teori Aplikasi dan Penelitian*.Jakarta : Salemba Empat'.

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR HARGA, KUALITAS LAYANAN DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET
SRIWIJAYA AIR**

Studi Pada Bandar Udara Internasional Jenderal Ahmad Yani Semarang



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MARITIM AMNI
SEMARANG
2023**

No. Rep :

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki – Laki
 - b. Perempuan
3. Usia :
 - a. 17 – 25 tahun
 - b. 26 – 35 tahun
 - c. 36 – 45 tahun
 - d. 46 – 55 tahun

4. Pendidikan Terakhir :
- a. SMA
 - b. Perguruan Tinggi

B. PETUNJUK PENGISIAN

Pada daftar pertanyaan dibawah ini silahkan memilih salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat saudara, kemudian beri tanda silang (X) pada jawaban yang dipilih pada tiap-tiap pertanyaan. Kejujuran saudara sangat mendukung keberhasilan penelitian ini. Atas segala perhatian dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Keterangan :

- Sangat Setuju (SS) : 5
- Setuju (S) : 4
- Cukup Setuju (CS) : 3
- Tidak Setuju (TS) : 2
- Sangat Tidak Setuju (STS): 1

C. DAFTAR PERTANYAAN

I. Variabel Harga (X₁)

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Apakah anda setuju bahwa harga tiket pesawat sriwijaya air Kesesuain harga dengan kualitas jasa oleh konsumen ?					
2	Apakah anda setuju bahwa tiket pesawat sriwijaya air sering terdapat potong an harga atau diskon					
3	Apakah anda setuju bahwa harga tiket sriwijaya air telah sesuai dengan ku alitas yang akan diterima oleh konsumen ?					

II. Variabel Kualitas Layanan (X₂)

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Apakah anda setuju bahwa pihak maskapai sriwijaya air sudah memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumennya?					
2	Apakah anda setuju bahwa fasilitas yang anda dapatkan telah sesuai dengan keterangan pada tiket pesawat saat anda melakukan pembelian tiket ?					
3	Apakah anda setuju bahwa pihak maskapai sriwijaya air telah sigap dalam memberikan pelayanan serta informasi penerbangan kepada konsumennya ?					

4	Apakah anda setuju bahwa maskapai sriwijaya air telah memberikan Jaminan dalam penerbangan bagi konsumennya ?					
5	Apakah anda setuju bahwa petugas sriwijaya air sudah membantu konsumennya jika mengalami kendala tau keluhan dalam penerbangan ?					

III. Variabel Promosi (X3)

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Apakah anda setuju bahwa pembelian tiket pesawat sriwijaya air sudah dapat di akses melalui media mana saja ?					
2	Apakah anda setuju bahwa informasi tentang pembelian tiket pesawat sriwijaya air tidak hanya dapat dilihat dari agen penerbangan saya tapi juga media cetak, elektronik maupun dari media sosial ?					
3	Apakah anda setuju bahwa informasi layanan penerbangan dengan pesawat sriwijaya air sudah memenuhi kebutuhan dan harapan anda ?					

IV. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Apakah anda setuju bahwa pencairan informasi terkait pembelian tiket sriwijaya air mudah didapatkan ?					
2	Apakah anda setuju bahwa sebelum membeli tiket pesawat, terlebih dahulu Kecepatan dalam membeli sebuah produk terkait harga, fasilitas dan layanan yang akan di dapatkan ?					
3	Apakah anda setuju bahwa sebelum membuat keputusan untuk membeli tiket pesawat anda akan Kemantapan pada sebuah produk penerbangan tersebut dan melakukan pertimbangan terlebih dahulu?					

D. PERTANYAAN TERBUKA

- Menurut anda, apakah harga tiket pesawat sriwijaya air itu terjangkau ?
.....
.....
.....
- Menurut anda, faktor sistem apa saja yang perlu ditingkatkan dari pesawat sriwijaya air ?
.....
.....
.....
- Menurut anda, apa yang perlu ditingkatkan dari pengaruh media guna meningkatkan minat tiker sriwijaya air ?

.....
.....
.....

4. Menurut anda, faktor – faktor apa saja yang harus ditingkatkan demi Keputusan pembelian tiket sriwaya air ?

.....
.....
.....

Lampiran 2 Daftar nama responden

NO	NAMA	JENIS KELAMIN	KODE	USIA	KODE	PENDIDIKAN TERAKHIR	KODE
1	Muhammad Gojali	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
2	Noor Fatimah	Perempuan	2	17-25 Tahun	1	SMA	1
3	Nurmala sari	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
4	Bayu Aji Setiawan	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
5	Damung Hiyang	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
6	Abdilah Stiawan	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
7	Arini Putri	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	SMA	1
8	Muhammad Taufik	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
9	Miko Prepianto	Laki-Laki	2	26-35 Tahun	2	SMA	1
10	Cahyo	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
11	Nirmaya Sofa	Perempuan	2	17-25 Tahun	1	SMA	1
12	Indri Wulandari	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	SMA	1
13	Wima Fransiska	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	SMA	1
14	Nino Wahyu Santoso	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
15	Elfandy Kresna Jaya	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
16	Dedi Firmanfon	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
17	Sendy Fetariano	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
18	M. Rizqi	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
19	Ogie Abrianto	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
20	Petrus Teddy	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
21	Anri Pratama Tantulu	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
22	Diksan Primako	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
23	Murdi	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
24	Aulia Suci	Perempuan	2	17-25 Tahun	1	Perguruan Tinggi	2
25	Okto Venus	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
26	Eka Yulida Rahma	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
27	Dimas Ahmad	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	Perguruan Tinggi	2
28	Muchbadul Farid	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
29	Saputra	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
30	Siti Masrifah	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
31	Delvianus	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	Perguruan Tinggi	2
32	Novan Eryanto	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
33	Andy Wibawa	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
34	M. Noor Amin	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
35	Aryo Herdiyanto	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
36	Faisal Arif	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
37	Ahmad Rizki	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
38	Abdul Gafur	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
39	Khairudin Nor	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
40	Ahmad Riyadi	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	Perguruan Tinggi	2
41	Nurcahyono	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
42	Jupar Sidik	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
43	Doni Khairul Perdana	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
44	Rezky Setia Adi	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
45	Shilvera Sinanty	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	SMA	1
46	Yhance Leonardo	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
47	Agung Pratama	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2

48	Haryono	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
49	Abdul Muthalib	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
50	Khairul Anam	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
51	Nuraini	Perempuan	2	17-25 Tahun	1	SMA	1
52	Siti Hardianti Rukmana	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
53	Ahmad Ismatin	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
54	Cici Cahyati	Perempuan	2	17-25 Tahun	1	SMA	1
55	Dyah Nurrahmi	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
56	Siti Fatmawati	Perempuan	2	17-25 Tahun	1	SMA	1
57	Safri Hariansyah	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
58	Haris Fachriansyah	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
59	Muhamad Akbar	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
60	Supriyadi	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
61	Muhammad Ahsin	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
62	Aldi Febrian	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
63	Muhammad Arifin	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
64	Subkhi	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
65	Triyati	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
66	Jues Frillo	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
67	Rumaidi	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
68	Maradona Hosein	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
69	Muhammad Irwan	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
70	Nolter Rekahayu	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
71	Jhon Hendri Parmana	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
72	Subhan Noor	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
73	Yuramil	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
74	Rayani Rajakini	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	SMA	1
75	Asef Soebarinor	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
76	Tritayono	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	Perguruan Tinggi	2
77	Christino Winatal	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
78	Joni	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
79	Ari Leoni Handayani	Perempuan	2	17-25 Tahun	1	SMA	1
80	Damayanti	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
81	Veronica Irma Susanti	Perempuan	2	17-25 Tahun	1	SMA	1
82	Haiti Siani	Perempuan	2	17-25 Tahun	1	SMA	1
83	Florentinus Sugandi	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
84	Budi Haryantono	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
85	Pirna	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	SMA	1
86	Anna Pranita	Perempuan	2	17-25 Tahun	1	Perguruan Tinggi	2
87	Mohamad Haris	Laki-Laki	1	17-25 Tahun	1	SMA	1
88	Erni Susanti	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	SMA	1
89	Sony Sinaga	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
90	Dewi Kurniasih	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
91	Rinda Tirta Pratiwi	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
92	Febrianto Saputra	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	SMA	1
93	Ronalisa	Perempuan	2	17-25 Tahun	1	SMA	1
94	Nova Andriani	Perempuan	2	17-25 Tahun	1	SMA	1
95	Raudatul Jannah	Perempuan	2	17-25 Tahun	1	Perguruan Tinggi	2
96	Kristian Defry	Laki-Laki	1	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2
97	Anita	Perempuan	2	26-35 Tahun	2	Perguruan Tinggi	2

Lampiran 3 Tabulasi Data

No	HARGA				KUALITAS LAYANAN						PROMOSI				KEPUTUSAN PEMBELIAN			
	X1.1	X1.2	X1.3	JML	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	JML	X3.1	X3.2	X3.3	JML	X4.1	X4.2	X4.3	JML
1	5	4	5	14	5	4	4	4	4	21	4	4	4	12	4	4	4	12
2	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24	4	4	4	12	4	4	4	12
3	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	4	4	12
4	4	4	5	13	5	5	4	5	4	23	4	4	4	12	5	4	4	13
5	5	4	4	13	5	5	5	5	5	25	5	4	5	14	5	5	4	14
6	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25	5	4	4	13	5	4	4	13
7	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	5	13
8	4	3	4	11	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	4	3	11
9	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	4	4	12
10	4	4	5	13	5	5	4	5	4	23	4	4	4	12	5	4	4	13
11	5	4	4	13	4	4	4	4	4	20	5	4	4	13	4	3	4	11
12	4	3	4	11	4	4	4	4	4	20	5	5	4	14	4	4	4	12
13	5	5	4	14	5	4	4	5	4	22	4	4	4	12	5	5	4	14
14	5	4	4	13	4	5	5	5	5	24	5	5	4	14	5	4	5	14
15	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	5	5	5	15	4	4	4	12
16	4	4	4	12	5	4	5	4	5	23	5	5	4	14	4	4	4	12
17	4	5	5	14	4	5	5	5	5	24	5	5	5	15	5	4	4	13
18	4	4	5	13	5	5	5	4	5	24	4	4	4	12	4	4	4	12
19	4	4	4	12	5	4	4	5	4	22	5	5	5	15	5	4	4	13
20	4	3	4	11	5	4	4	4	4	21	4	5	4	13	4	4	3	11
21	4	4	4	12	4	5	5	4	5	23	5	5	5	15	4	4	5	13
22	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24	4	4	4	12	4	4	5	13
23	5	5	5	15	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	4	4	12
24	4	4	4	12	3	3	3	4	3	16	4	4	4	12	4	4	4	12
25	5	5	5	15	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	5	5	14
26	4	4	4	12	4	4	4	3	4	19	4	4	4	12	3	3	4	10
27	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12	5	4	4	13
28	4	4	4	12	3	3	3	4	3	16	3	3	3	9	4	3	3	10
29	5	5	5	15	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	5	5	14
30	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	3	11

31	4	4	4	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	3	3	3	9
32	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12	5	4	5	14
33	4	4	4	12	3	3	3	3	3	15	4	4	3	11	3	3	3	9
34	5	4	4	13	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	5	5	14
35	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	4	14
36	5	4	4	13	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	5	5	14
37	5	4	4	13	4	4	4	3	4	19	4	4	4	12	3	4	4	11
38	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	3	3	3	9
39	4	4	4	12	5	4	4	3	4	20	5	4	4	13	3	4	4	11
40	4	4	4	12	5	4	5	3	5	22	5	5	5	15	3	4	4	11
41	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	4	3	3	10	3	3	3	9
42	5	4	4	13	4	4	4	4	4	20	5	4	5	14	4	5	4	13
43	4	4	4	12	3	3	3	4	3	16	5	4	4	13	4	3	3	10
44	4	4	4	12	5	4	4	4	4	21	5	5	4	14	4	4	4	12
45	5	4	4	13	4	4	4	4	4	20	4	5	4	13	4	4	4	12
46	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24	4	4	4	12	4	4	4	12
47	5	5	5	15	3	4	3	4	3	17	5	5	5	15	4	4	4	12
48	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	5	13	4	3	3	10
49	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24	4	4	4	12	4	3	4	11
50	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	4	4	12
51	4	3	4	11	4	4	4	4	4	20	5	5	5	15	4	4	4	12
52	5	5	4	14	5	5	5	4	5	24	4	4	4	12	4	4	3	11
53	4	3	4	11	4	4	4	3	4	19	4	4	4	12	3	4	3	10
54	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	4	14
55	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	5	4	13	4	4	4	12
56	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	4	5	13
57	4	3	4	11	5	5	5	3	5	23	4	4	4	12	3	4	4	11
58	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24	5	4	4	13	4	4	4	12
59	5	5	5	15	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	5	5	14
60	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	4	4	12
61	3	3	3	9	4	4	4	3	4	19	4	4	4	12	3	3	5	11
62	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9	3	3	3	9
63	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	4	5	14
64	5	5	5	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	12
65	4	4	4	12	4	5	5	4	5	23	5	4	4	13	4	3	4	11
66	5	5	4	14	5	4	4	4	4	21	4	4	4	12	4	4	4	12
67	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24	4	4	4	12	4	4	4	12

No	HARGA				KUALITAS LAYANAN						PROMOSI				KEPUTUSAN PEMBELIAN			
	X1.1	X1.2	X1.3	JML	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	JML	X3.1	X3.2	X3.3	JML	X4.1	X4.2	X4.3	JML
68	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	4	4	12
69	5	5	4	14	5	4	4	4	4	21	5	4	5	14	4	3	4	11
70	5	4	4	13	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	4	14
71	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25	4	4	4	12	5	4	4	13
72	4	4	4	12	4	4	3	3	3	17	4	4	4	12	3	4	3	10
73	4	3	4	11	5	5	5	4	5	24	4	5	5	14	4	4	4	12
74	4	4	4	12	5	5	5	4	5	24	5	5	5	15	4	4	4	12
75	4	4	5	13	5	5	4	5	4	23	4	4	4	12	5	4	4	13
76	5	4	4	13	5	4	4	4	4	21	4	4	4	12	4	3	4	11
77	4	3	4	11	4	4	4	5	4	21	3	5	4	12	5	5	4	14
78	4	3	4	11	5	4	4	4	4	21	4	4	5	13	4	4	4	12
79	4	4	4	12	4	3	4	4	4	19	5	4	3	12	4	5	4	13
80	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	4	3	3	10	3	3	3	9
81	4	4	4	12	4	4	5	5	5	23	4	5	4	13	5	5	4	14
82	4	5	5	14	4	4	5	5	5	23	5	5	4	14	5	5	4	14
83	4	4	4	12	4	3	5	4	5	21	5	4	4	13	4	4	4	12
84	4	3	3	10	4	4	4	3	4	19	4	4	4	12	3	3	3	9
85	4	3	4	11	5	4	4	4	4	21	4	5	4	13	4	5	4	13
86	3	3	3	9	3	4	3	4	3	17	4	4	4	12	4	4	4	12
87	4	4	4	12	4	4	5	4	5	22	4	4	4	12	4	4	4	12
88	5	5	5	15	4	4	5	5	5	23	5	5	5	15	5	5	5	15
89	4	4	4	12	5	4	3	4	3	19	5	5	5	15	4	4	4	12
90	4	4	4	12	4	3	4	4	4	19	4	4	4	12	4	4	4	12
91	4	3	3	10	3	3	3	3	3	15	4	3	4	11	3	3	3	9
92	4	4	4	12	4	4	5	4	5	22	5	5	4	14	4	4	4	12
93	4	4	4	12	3	3	3	3	3	15	4	4	4	12	3	3	3	9
94	4	4	3	11	4	3	4	4	4	19	4	4	4	12	4	4	4	12
95	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	12
96	3	3	4	10	4	4	3	3	3	17	3	3	3	9	3	3	3	9
97	4	3	4	11	4	3	3	4	3	17	4	4	3	11	4	3	4	11

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	7,2	7,2	7,2
	4	65	67,0	67,0	74,2
	5	25	25,8	25,8	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	20	20,6	20,6	20,6
	4	61	62,9	62,9	83,5
	5	16	16,5	16,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	9,3	9,3	9,3
	4	71	73,2	73,2	82,5
	5	17	17,5	17,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	13,4	13,4	13,4
	4	34	35,1	35,1	48,5
	5	50	51,5	51,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	16	16,5	16,5	16,5
	4	41	42,3	42,3	58,8
	5	40	41,2	41,2	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	17,5	17,5	17,5
	4	35	36,1	36,1	53,6
	5	45	46,4	46,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	18,6	18,6	18,6
	4	59	60,8	60,8	79,4
	5	20	20,6	20,6	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	17,5	17,5	17,5
	4	35	36,1	36,1	53,6
	5	45	46,4	46,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	6,2	6,2	6,2
	4	47	48,5	48,5	54,6
	5	44	45,4	45,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	8,2	8,2	8,2
	4	49	50,5	50,5	58,8
	5	40	41,2	41,2	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10	10,3	10,3	10,3
	4	54	55,7	55,7	66,0
	5	33	34,0	34,0	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	18,6	18,6	18,6
	4	59	60,8	60,8	79,4
	5	20	20,6	20,6	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	21	21,6	21,6	21,6
	4	59	60,8	60,8	82,5
	5	17	17,5	17,5	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	19,6	19,6	19,6
	4	64	66,0	66,0	85,6
	5	14	14,4	14,4	100,0
	Total	97	100,0	100,0	

Correlations (Uji Validitas)

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	HARGA
X1.1	Pearson Correlation	1	,678**	,576**	,860**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	,678**	1	,675**	,909**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	,576**	,675**	1	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	97	97	97	97
HARGA	Pearson Correlation	,860**	,909**	,849**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations					KUALITAS_LAYANAN
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
X2.1	Pearson Correlation	1	,765**	,707**	,423**	,707**	,846**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	,765**	1	,791**	,470**	,791**	,897**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	,707**	,791**	1	,474**	1,000**	,938**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	,423**	,470**	,474**	1	,474**	,646**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	,707**	,791**	1,000**	,474**	1	,938**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	97	97	97	97	97	97
KUALITAS_LAYANAN	Pearson Correlation	,846**	,897**	,938**	,646**	,938**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	PROMOSI
X3.1	Pearson Correlation	1	,675**	,688**	,879**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	97	97	97	97
X3.2	Pearson Correlation	,675**	1	,731**	,899**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97
X3.3	Pearson Correlation	,688**	,731**	1	,904**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	97	97	97	97
PROMOSI	Pearson Correlation	,879**	,899**	,904**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97

****.** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

		Correlations			
		Y1	Y2	Y3	KEPUTUSAN PEMBELIAN
Y1	Pearson Correlation	1	,556**	,428**	,818**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	97	97	97	97
Y2	Pearson Correlation	,556**	1	,506**	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	97	97	97	97
Y3	Pearson Correlation	,428**	,506**	1	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	97	97	97	97
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pearson Correlation	,818**	,848**	,780**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97

****.** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability (Uji Reliabilitas)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	97	100,0

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

Reliability Statistics (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
,843	3

Reliability Statistics (X2)

Cronbach's Alpha	N of Items
,910	5

Reliability Statistics (X3)

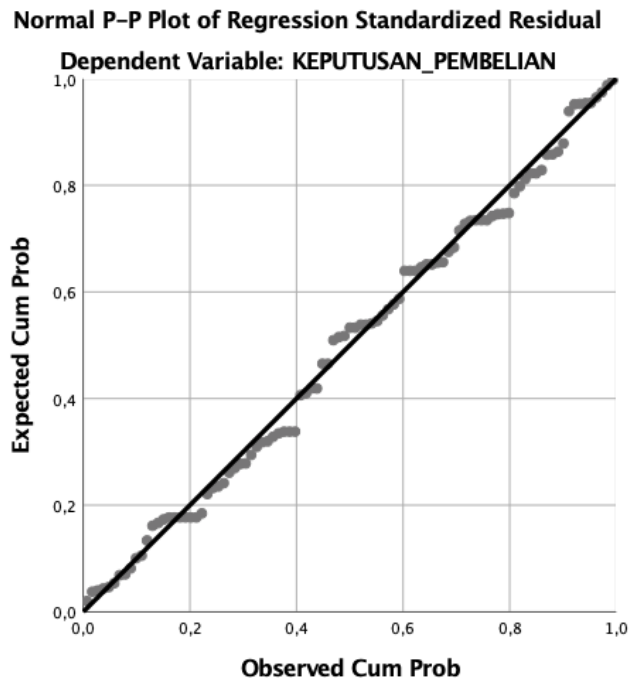
Cronbach's Alpha	N of Items
,874	3

Reliability Statistics (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
,748	3

Uji Normalitas

- Analisis Grafik



Uji Normalitas

- Analisis Statistik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized
Residual

N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,92142513
Most Extreme Differences	Absolute	,066
	Positive	,066
	Negative	-,046
Test Statistic		,066
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Uji Multikolonieritas

- Matriks Korelasi

Coefficient Correlations^a

Model		PROMOSI	HARGA	KUALITAS LAYANAN	
1	Correlations	PROMOSI	1,000	-,228	-,511
		HARGA	-,228	1,000	-,298
		KUALITAS LAYANAN	-,511	-,298	1,000
	Covariances	PROMOSI	,006	-,001	-,002
		HARGA	-,001	,006	-,001
		KUALITAS_LAYANAN	-,002	-,001	,002

Uji Multikolonieritas

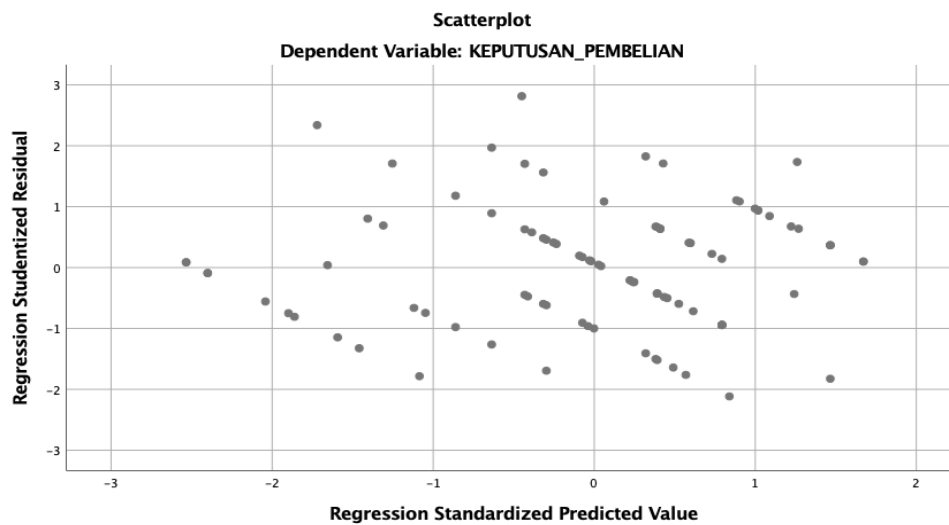
- Tolerance & VIF

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,443	,916		1,575	,119		
	HARGA	,266	,077	,259	3,439	,001	,715	1,399
	KUALITAS_LAYANAN	,244	,042	,497	5,835	,000	,557	1,795
	PROMOSI	,159	,076	,175	2,099	,038	,580	1,725

Uji Heteroskedastisitas

- Grafik Scatterplot



SCATTERPLOT=(**SRESID* ,**ZPRED*)

Uji Heteroskedastisitas

- Uji Glejser

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,789	,536		1,473	,144
	HARGA	-,032	,045	-,087	-,710	,480
	KUALITAS LAYANAN	,005	,024	,029	,206	,837
	PROMOSI	,018	,044	,057	,417	,678

a. Dependent Variable: ABS_RES

Uji Autokorelasi

- Durbin Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,790 ^a	,624	,611	,936	1,954

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, HARGA, KUALITAS_LAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,443	,916		1,575	,119
	HARGA	,266	,077	,259	3,439	,001
	KUALITAS LAYANAN	,244	,042	,497	5,835	,000
	PROMOSI	,159	,076	,175	2,099	,038

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Uji t (Hipotesis)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,443	,916		1,575	,119
	HARGA	,266	,077	,259	3,439	,001
	KUALITAS LAYANAN	,244	,042	,497	5,835	,000
	PROMOSI	,159	,076	,175	2,099	,038

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,790 ^a	,624	,611	,936	

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, HARGA, KUALITAS_LAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

Tabel Durbin-Watson (DW) $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
6	0.6102	1.4002								
7	0.6996	1.3564	0.4672	1.8964						
8	0.7629	1.3324	0.5591	1.7771	0.3674	2.2866				
9	0.8243	1.3199	0.6291	1.6993	0.4548	2.1282	0.2957	2.5881		
10	0.8791	1.3197	0.6972	1.6413	0.5253	2.0163	0.3760	2.4137	0.2427	2.8217
11	0.9273	1.3241	0.7580	1.6044	0.5948	1.9280	0.4441	2.2833	0.3155	2.6446
12	0.9708	1.3314	0.8122	1.5794	0.6577	1.8640	0.5120	2.1766	0.3796	2.5061
13	1.0097	1.3404	0.8612	1.5621	0.7147	1.8159	0.5745	2.0943	0.4445	2.3897
14	1.0450	1.3503	0.9054	1.5507	0.7667	1.7788	0.6321	2.0296	0.5052	2.2959
15	1.0770	1.3605	0.9455	1.5432	0.8140	1.7501	0.6852	1.9774	0.5620	2.2198
16	1.1062	1.3709	0.9820	1.5386	0.8572	1.7277	0.7340	1.9351	0.6150	2.1567
17	1.1330	1.3812	1.0154	1.5361	0.8968	1.7101	0.7790	1.9005	0.6641	2.1041
18	1.1576	1.3913	1.0461	1.5353	0.9331	1.6961	0.8204	1.8719	0.7098	2.0600
19	1.1804	1.4012	1.0743	1.5355	0.9666	1.6851	0.8588	1.8482	0.7523	2.0226
20	1.2015	1.4107	1.1004	1.5367	0.9976	1.6763	0.8943	1.8283	0.7918	1.9908
21	1.2212	1.4200	1.1246	1.5385	1.0262	1.6694	0.9272	1.8116	0.8286	1.9635
22	1.2395	1.4289	1.1471	1.5408	1.0529	1.6640	0.9578	1.7974	0.8629	1.9400
23	1.2567	1.4375	1.1682	1.5435	1.0778	1.6597	0.9864	1.7855	0.8949	1.9196
24	1.2728	1.4458	1.1878	1.5464	1.1010	1.6565	1.0131	1.7753	0.9249	1.9018
25	1.2879	1.4537	1.2063	1.5495	1.1228	1.6540	1.0381	1.7666	0.9530	1.8863
26	1.3022	1.4614	1.2236	1.5528	1.1432	1.6523	1.0616	1.7591	0.9794	1.8727
27	1.3157	1.4688	1.2399	1.5562	1.1624	1.6510	1.0836	1.7527	1.0042	1.8608
28	1.3284	1.4759	1.2553	1.5596	1.1805	1.6503	1.1044	1.7473	1.0276	1.8502
29	1.3405	1.4828	1.2699	1.5631	1.1976	1.6499	1.1241	1.7426	1.0497	1.8409
30	1.3520	1.4894	1.2837	1.5666	1.2138	1.6498	1.1426	1.7386	1.0706	1.8326
31	1.3630	1.4957	1.2969	1.5701	1.2292	1.6500	1.1602	1.7352	1.0904	1.8252
32	1.3734	1.5019	1.3093	1.5736	1.2437	1.6505	1.1769	1.7323	1.1092	1.8187
33	1.3834	1.5078	1.3212	1.5770	1.2576	1.6511	1.1927	1.7298	1.1270	1.8128
34	1.3929	1.5136	1.3325	1.5805	1.2707	1.6519	1.2078	1.7277	1.1439	1.8076
35	1.4019	1.5191	1.3433	1.5838	1.2833	1.6528	1.2221	1.7259	1.1601	1.8029
36	1.4107	1.5245	1.3537	1.5872	1.2953	1.6539	1.2358	1.7245	1.1755	1.7987
37	1.4190	1.5297	1.3635	1.5904	1.3068	1.6550	1.2489	1.7233	1.1901	1.7950
38	1.4270	1.5348	1.3730	1.5937	1.3177	1.6563	1.2614	1.7223	1.2042	1.7916
39	1.4347	1.5396	1.3821	1.5969	1.3283	1.6575	1.2734	1.7215	1.2176	1.7886
40	1.4421	1.5444	1.3908	1.6000	1.3384	1.6589	1.2848	1.7209	1.2305	1.7859
41	1.4493	1.5490	1.3992	1.6031	1.3480	1.6603	1.2958	1.7205	1.2428	1.7835
42	1.4562	1.5534	1.4073	1.6061	1.3573	1.6617	1.3064	1.7202	1.2546	1.7814
43	1.4628	1.5577	1.4151	1.6091	1.3663	1.6632	1.3166	1.7200	1.2660	1.7794
44	1.4692	1.5619	1.4226	1.6120	1.3749	1.6647	1.3263	1.7200	1.2769	1.7777
45	1.4754	1.5660	1.4298	1.6148	1.3832	1.6662	1.3357	1.7200	1.2874	1.7762
46	1.4814	1.5700	1.4368	1.6176	1.3912	1.6677	1.3448	1.7201	1.2976	1.7748
47	1.4872	1.5739	1.4435	1.6204	1.3989	1.6692	1.3535	1.7203	1.3073	1.7736
48	1.4928	1.5776	1.4500	1.6231	1.4064	1.6708	1.3619	1.7206	1.3167	1.7725
49	1.4982	1.5813	1.4564	1.6257	1.4136	1.6723	1.3701	1.7210	1.3258	1.7716
50	1.5035	1.5849	1.4625	1.6283	1.4206	1.6739	1.3779	1.7214	1.3346	1.7708
51	1.5086	1.5884	1.4684	1.6309	1.4273	1.6754	1.3855	1.7218	1.3431	1.7701
52	1.5135	1.5917	1.4741	1.6334	1.4339	1.6769	1.3929	1.7223	1.3512	1.7694
53	1.5183	1.5951	1.4797	1.6359	1.4402	1.6785	1.4000	1.7228	1.3592	1.7689
54	1.5230	1.5983	1.4851	1.6383	1.4464	1.6800	1.4069	1.7234	1.3669	1.7684
55	1.5276	1.6014	1.4903	1.6406	1.4523	1.6815	1.4136	1.7240	1.3743	1.7681
56	1.5320	1.6045	1.4954	1.6430	1.4581	1.6830	1.4201	1.7246	1.3815	1.7678
57	1.5363	1.6075	1.5004	1.6452	1.4637	1.6845	1.4264	1.7253	1.3885	1.7675
58	1.5405	1.6105	1.5052	1.6475	1.4692	1.6860	1.4325	1.7259	1.3953	1.7673
59	1.5446	1.6134	1.5099	1.6497	1.4745	1.6875	1.4385	1.7266	1.4019	1.7672
60	1.5485	1.6162	1.5144	1.6518	1.4797	1.6889	1.4443	1.7274	1.4083	1.7671
61	1.5524	1.6189	1.5189	1.6540	1.4847	1.6904	1.4499	1.7281	1.4146	1.7671
62	1.5562	1.6216	1.5232	1.6561	1.4896	1.6918	1.4554	1.7288	1.4206	1.7671
63	1.5599	1.6243	1.5274	1.6581	1.4943	1.6932	1.4607	1.7296	1.4265	1.7671
64	1.5635	1.6268	1.5315	1.6601	1.4990	1.6946	1.4659	1.7303	1.4322	1.7672
65	1.5670	1.6294	1.5355	1.6621	1.5035	1.6960	1.4709	1.7311	1.4378	1.7673
66	1.5704	1.6318	1.5395	1.6640	1.5079	1.6974	1.4758	1.7319	1.4433	1.7675
67	1.5738	1.6343	1.5433	1.6660	1.5122	1.6988	1.4806	1.7327	1.4486	1.7676
68	1.5771	1.6367	1.5470	1.6678	1.5164	1.7001	1.4853	1.7335	1.4537	1.7678
69	1.5803	1.6390	1.5507	1.6697	1.5205	1.7015	1.4899	1.7343	1.4588	1.7680
70	1.5834	1.6413	1.5542	1.6715	1.5245	1.7028	1.4943	1.7351	1.4637	1.7683

Diterbitkan oleh : **Tutorial Penelitian** <http://Tu.LaporanPenelitian.com>

Situs berita sains dan teknologi : **Laporan Penelitian** <http://www.LaporanPenelitian.com>

Situs pencarian jurnal : **Jurnal Penelitian** <http://jurnal.LaporanPenelitian.com>

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733	1.6222	1.7910
124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739	1.6240	1.7914
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745	1.6258	1.7919
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751	1.6276	1.7923
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757	1.6294	1.7928
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763	1.6312	1.7932
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769	1.6329	1.7937
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774	1.6346	1.7941
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780	1.6363	1.7945
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786	1.6380	1.7950
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791	1.6397	1.7954
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797	1.6413	1.7958
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802	1.6429	1.7962
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808	1.6445	1.7967

Diterbitkan oleh : Tutorial Penelitian <http://Tu.LaporanPenelitian.com>

Situs berita sains dan teknologi : Laporan Penelitian <http://www.LaporanPenelitian.com>

Situs pencarian jurnal : Jurnal Penelitian <http://jurnal.LaporanPenelitian.com>

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
137	1.7062	1.7356	1.6914	1.7506	1.6765	1.7659	1.6613	1.7813	1.6461	1.7971
138	1.7073	1.7365	1.6926	1.7514	1.6778	1.7665	1.6628	1.7819	1.6476	1.7975
139	1.7084	1.7374	1.6938	1.7521	1.6791	1.7672	1.6642	1.7824	1.6491	1.7979
140	1.7095	1.7382	1.6950	1.7529	1.6804	1.7678	1.6656	1.7830	1.6507	1.7984
141	1.7106	1.7391	1.6962	1.7537	1.6817	1.7685	1.6670	1.7835	1.6522	1.7988
142	1.7116	1.7400	1.6974	1.7544	1.6829	1.7691	1.6684	1.7840	1.6536	1.7992
143	1.7127	1.7408	1.6985	1.7552	1.6842	1.7697	1.6697	1.7846	1.6551	1.7996
144	1.7137	1.7417	1.6996	1.7559	1.6854	1.7704	1.6710	1.7851	1.6565	1.8000
145	1.7147	1.7425	1.7008	1.7566	1.6866	1.7710	1.6724	1.7856	1.6580	1.8004
146	1.7157	1.7433	1.7019	1.7574	1.6878	1.7716	1.6737	1.7861	1.6594	1.8008
147	1.7167	1.7441	1.7030	1.7581	1.6890	1.7722	1.6750	1.7866	1.6608	1.8012
148	1.7177	1.7449	1.7041	1.7588	1.6902	1.7729	1.6762	1.7871	1.6622	1.8016
149	1.7187	1.7457	1.7051	1.7595	1.6914	1.7735	1.6775	1.7876	1.6635	1.8020
150	1.7197	1.7465	1.7062	1.7602	1.6926	1.7741	1.6788	1.7881	1.6649	1.8024
151	1.7207	1.7473	1.7072	1.7609	1.6937	1.7747	1.6800	1.7886	1.6662	1.8028
152	1.7216	1.7481	1.7083	1.7616	1.6948	1.7752	1.6812	1.7891	1.6675	1.8032
153	1.7226	1.7488	1.7093	1.7622	1.6959	1.7758	1.6824	1.7896	1.6688	1.8036
154	1.7235	1.7496	1.7103	1.7629	1.6971	1.7764	1.6836	1.7901	1.6701	1.8040
155	1.7244	1.7504	1.7114	1.7636	1.6982	1.7770	1.6848	1.7906	1.6714	1.8044
156	1.7253	1.7511	1.7123	1.7642	1.6992	1.7776	1.6860	1.7911	1.6727	1.8048
157	1.7262	1.7519	1.7133	1.7649	1.7003	1.7781	1.6872	1.7915	1.6739	1.8052
158	1.7271	1.7526	1.7143	1.7656	1.7014	1.7787	1.6883	1.7920	1.6751	1.8055
159	1.7280	1.7533	1.7153	1.7662	1.7024	1.7792	1.6895	1.7925	1.6764	1.8059
160	1.7289	1.7541	1.7163	1.7668	1.7035	1.7798	1.6906	1.7930	1.6776	1.8063
161	1.7298	1.7548	1.7172	1.7675	1.7045	1.7804	1.6917	1.7934	1.6788	1.8067
162	1.7306	1.7555	1.7182	1.7681	1.7055	1.7809	1.6928	1.7939	1.6800	1.8070
163	1.7315	1.7562	1.7191	1.7687	1.7066	1.7814	1.6939	1.7943	1.6811	1.8074
164	1.7324	1.7569	1.7200	1.7693	1.7075	1.7820	1.6950	1.7948	1.6823	1.8078
165	1.7332	1.7576	1.7209	1.7700	1.7085	1.7825	1.6960	1.7953	1.6834	1.8082
166	1.7340	1.7582	1.7218	1.7706	1.7095	1.7831	1.6971	1.7957	1.6846	1.8085
167	1.7348	1.7589	1.7227	1.7712	1.7105	1.7836	1.6982	1.7961	1.6857	1.8089
168	1.7357	1.7596	1.7236	1.7718	1.7115	1.7841	1.6992	1.7966	1.6868	1.8092
169	1.7365	1.7603	1.7245	1.7724	1.7124	1.7846	1.7002	1.7970	1.6879	1.8096
170	1.7373	1.7609	1.7254	1.7730	1.7134	1.7851	1.7012	1.7975	1.6890	1.8100
171	1.7381	1.7616	1.7262	1.7735	1.7143	1.7856	1.7023	1.7979	1.6901	1.8103
172	1.7389	1.7622	1.7271	1.7741	1.7152	1.7861	1.7033	1.7983	1.6912	1.8107
173	1.7396	1.7629	1.7279	1.7747	1.7162	1.7866	1.7042	1.7988	1.6922	1.8110
174	1.7404	1.7635	1.7288	1.7753	1.7171	1.7872	1.7052	1.7992	1.6933	1.8114
175	1.7412	1.7642	1.7296	1.7758	1.7180	1.7877	1.7062	1.7996	1.6943	1.8117
176	1.7420	1.7648	1.7305	1.7764	1.7189	1.7881	1.7072	1.8000	1.6954	1.8121
177	1.7427	1.7654	1.7313	1.7769	1.7197	1.7886	1.7081	1.8005	1.6964	1.8124
178	1.7435	1.7660	1.7321	1.7775	1.7206	1.7891	1.7091	1.8009	1.6974	1.8128
179	1.7442	1.7667	1.7329	1.7780	1.7215	1.7896	1.7100	1.8013	1.6984	1.8131
180	1.7449	1.7673	1.7337	1.7786	1.7224	1.7901	1.7109	1.8017	1.6994	1.8135
181	1.7457	1.7679	1.7345	1.7791	1.7232	1.7906	1.7118	1.8021	1.7004	1.8138
182	1.7464	1.7685	1.7353	1.7797	1.7241	1.7910	1.7128	1.8025	1.7014	1.8141
183	1.7471	1.7691	1.7360	1.7802	1.7249	1.7915	1.7137	1.8029	1.7023	1.8145
184	1.7478	1.7697	1.7368	1.7807	1.7257	1.7920	1.7146	1.8033	1.7033	1.8148
185	1.7485	1.7702	1.7376	1.7813	1.7266	1.7924	1.7155	1.8037	1.7042	1.8151
186	1.7492	1.7708	1.7384	1.7818	1.7274	1.7929	1.7163	1.8041	1.7052	1.8155
187	1.7499	1.7714	1.7391	1.7823	1.7282	1.7933	1.7172	1.8045	1.7061	1.8158
188	1.7506	1.7720	1.7398	1.7828	1.7290	1.7938	1.7181	1.8049	1.7070	1.8161
189	1.7513	1.7725	1.7406	1.7833	1.7298	1.7942	1.7189	1.8053	1.7080	1.8165
190	1.7520	1.7731	1.7413	1.7838	1.7306	1.7947	1.7198	1.8057	1.7089	1.8168
191	1.7526	1.7737	1.7420	1.7843	1.7314	1.7951	1.7206	1.8061	1.7098	1.8171
192	1.7533	1.7742	1.7428	1.7848	1.7322	1.7956	1.7215	1.8064	1.7107	1.8174
193	1.7540	1.7748	1.7435	1.7853	1.7329	1.7960	1.7223	1.8068	1.7116	1.8178
194	1.7546	1.7753	1.7442	1.7858	1.7337	1.7965	1.7231	1.8072	1.7124	1.8181
195	1.7553	1.7759	1.7449	1.7863	1.7345	1.7969	1.7239	1.8076	1.7133	1.8184
196	1.7559	1.7764	1.7456	1.7868	1.7352	1.7973	1.7247	1.8079	1.7142	1.8187
197	1.7566	1.7769	1.7463	1.7873	1.7360	1.7977	1.7255	1.8083	1.7150	1.8190
198	1.7572	1.7775	1.7470	1.7878	1.7367	1.7982	1.7263	1.8087	1.7159	1.8193
199	1.7578	1.7780	1.7477	1.7882	1.7374	1.7986	1.7271	1.8091	1.7167	1.8196
200	1.7584	1.7785	1.7483	1.7887	1.7382	1.7990	1.7279	1.8094	1.7176	1.8199

Diterbitkan oleh : **Tutorial Penelitian** <http://Tu.LaporanPenelitian.com>

Situs berita sains dan teknologi : **Laporan Penelitian** <http://www.LaporanPenelitian.com>

Situs pencarian jurnal : **Jurnal Penelitian** <http://jurnal.LaporanPenelitian.com>

n	k=6		k=7		k=8		k=9		k=10	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
11	0.2025	3.0045								
12	0.2681	2.8320	0.1714	3.1494						
13	0.3278	2.6920	0.2305	2.9851	0.1469	3.2658				
14	0.3890	2.5716	0.2856	2.8477	0.2001	3.1112	0.1273	3.3604		
15	0.4471	2.4715	0.3429	2.7270	0.2509	2.9787	0.1753	3.2160	0.1113	3.4382
16	0.5022	2.3881	0.3981	2.6241	0.3043	2.8601	0.2221	3.0895	0.1548	3.3039
17	0.5542	2.3176	0.4511	2.5366	0.3564	2.7569	0.2718	2.9746	0.1978	3.1840
18	0.6030	2.2575	0.5016	2.4612	0.4070	2.6675	0.3208	2.8727	0.2441	3.0735
19	0.6487	2.2061	0.5494	2.3960	0.4557	2.5894	0.3689	2.7831	0.2901	2.9740
20	0.6915	2.1619	0.5945	2.3394	0.5022	2.5208	0.4156	2.7037	0.3357	2.8854
21	0.7315	2.1236	0.6371	2.2899	0.5465	2.4605	0.4606	2.6332	0.3804	2.8059
22	0.7690	2.0902	0.6772	2.2465	0.5884	2.4072	0.5036	2.5705	0.4236	2.7345
23	0.8041	2.0609	0.7149	2.2082	0.6282	2.3599	0.5448	2.5145	0.4654	2.6704
24	0.8371	2.0352	0.7505	2.1743	0.6659	2.3177	0.5840	2.4643	0.5055	2.6126
25	0.8680	2.0125	0.7840	2.1441	0.7015	2.2801	0.6213	2.4192	0.5440	2.5604
26	0.8972	1.9924	0.8156	2.1172	0.7353	2.2463	0.6568	2.3786	0.5808	2.5132
27	0.9246	1.9745	0.8455	2.0931	0.7673	2.2159	0.6906	2.3419	0.6159	2.4703
28	0.9505	1.9585	0.8737	2.0715	0.7975	2.1884	0.7227	2.3086	0.6495	2.4312
29	0.9750	1.9442	0.9004	2.0520	0.8263	2.1636	0.7532	2.2784	0.6815	2.3956
30	0.9982	1.9313	0.9256	2.0343	0.8535	2.1410	0.7822	2.2508	0.7120	2.3631
31	1.0201	1.9198	0.9496	2.0183	0.8794	2.1205	0.8098	2.2256	0.7412	2.3332
32	1.0409	1.9093	0.9724	2.0038	0.9040	2.1017	0.8361	2.2026	0.7690	2.3058
33	1.0607	1.8999	0.9940	1.9906	0.9274	2.0846	0.8612	2.1814	0.7955	2.2806
34	1.0794	1.8913	1.0146	1.9785	0.9497	2.0688	0.8851	2.1619	0.8209	2.2574
35	1.0974	1.8835	1.0342	1.9674	0.9710	2.0544	0.9079	2.1440	0.8452	2.2359
36	1.1144	1.8764	1.0529	1.9573	0.9913	2.0410	0.9297	2.1274	0.8684	2.2159
37	1.1307	1.8700	1.0708	1.9480	1.0107	2.0288	0.9505	2.1120	0.8906	2.1975
38	1.1463	1.8641	1.0879	1.9394	1.0292	2.0174	0.9705	2.0978	0.9118	2.1803
39	1.1612	1.8587	1.1042	1.9315	1.0469	2.0069	0.9895	2.0846	0.9322	2.1644
40	1.1754	1.8538	1.1198	1.9243	1.0639	1.9972	1.0078	2.0723	0.9517	2.1495
41	1.1891	1.8493	1.1348	1.9175	1.0802	1.9881	1.0254	2.0609	0.9705	2.1356
42	1.2022	1.8451	1.1492	1.9113	1.0958	1.9797	1.0422	2.0502	0.9885	2.1226
43	1.2148	1.8413	1.1630	1.9055	1.1108	1.9719	1.0584	2.0403	1.0058	2.1105
44	1.2269	1.8378	1.1762	1.9002	1.1252	1.9646	1.0739	2.0310	1.0225	2.0991
45	1.2385	1.8346	1.1890	1.8952	1.1391	1.9578	1.0889	2.0222	1.0385	2.0884
46	1.2497	1.8317	1.2013	1.8906	1.1524	1.9514	1.1033	2.0140	1.0539	2.0783
47	1.2605	1.8290	1.2131	1.8863	1.1653	1.9455	1.1171	2.0064	1.0687	2.0689
48	1.2709	1.8265	1.2245	1.8823	1.1776	1.9399	1.1305	1.9992	1.0831	2.0600
49	1.2809	1.8242	1.2355	1.8785	1.1896	1.9346	1.1434	1.9924	1.0969	2.0516
50	1.2906	1.8220	1.2461	1.8750	1.2011	1.9297	1.1558	1.9860	1.1102	2.0437
51	1.3000	1.8201	1.2563	1.8718	1.2122	1.9251	1.1678	1.9799	1.1231	2.0362
52	1.3090	1.8183	1.2662	1.8687	1.2230	1.9208	1.1794	1.9743	1.1355	2.0291
53	1.3177	1.8166	1.2758	1.8659	1.2334	1.9167	1.1906	1.9689	1.1476	2.0224
54	1.3262	1.8151	1.2851	1.8632	1.2435	1.9128	1.2015	1.9638	1.1592	2.0161
55	1.3344	1.8137	1.2940	1.8607	1.2532	1.9092	1.2120	1.9590	1.1705	2.0101
56	1.3424	1.8124	1.3027	1.8584	1.2626	1.9058	1.2222	1.9545	1.1814	2.0044
57	1.3501	1.8112	1.3111	1.8562	1.2718	1.9026	1.2320	1.9502	1.1920	1.9990
58	1.3576	1.8101	1.3193	1.8542	1.2806	1.8995	1.2416	1.9461	1.2022	1.9938
59	1.3648	1.8091	1.3272	1.8523	1.2892	1.8967	1.2509	1.9422	1.2122	1.9889
60	1.3719	1.8082	1.3349	1.8505	1.2976	1.8939	1.2599	1.9386	1.2218	1.9843
61	1.3787	1.8073	1.3424	1.8488	1.3057	1.8914	1.2686	1.9351	1.2312	1.9798
62	1.3854	1.8066	1.3497	1.8472	1.3136	1.8889	1.2771	1.9318	1.2403	1.9756
63	1.3918	1.8058	1.3567	1.8457	1.3212	1.8866	1.2853	1.9286	1.2492	1.9716
64	1.3981	1.8052	1.3636	1.8443	1.3287	1.8844	1.2934	1.9256	1.2578	1.9678
65	1.4043	1.8046	1.3703	1.8430	1.3359	1.8824	1.3012	1.9228	1.2661	1.9641
66	1.4102	1.8041	1.3768	1.8418	1.3429	1.8804	1.3087	1.9200	1.2742	1.9606
67	1.4160	1.8036	1.3831	1.8406	1.3498	1.8786	1.3161	1.9174	1.2822	1.9572
68	1.4217	1.8032	1.3893	1.8395	1.3565	1.8768	1.3233	1.9150	1.2899	1.9540
69	1.4272	1.8028	1.3953	1.8385	1.3630	1.8751	1.3303	1.9126	1.2974	1.9510
70	1.4326	1.8025	1.4012	1.8375	1.3693	1.8735	1.3372	1.9104	1.3047	1.9481
71	1.4379	1.8021	1.4069	1.8366	1.3755	1.8720	1.3438	1.9082	1.3118	1.9452
72	1.4430	1.8019	1.4125	1.8358	1.3815	1.8706	1.3503	1.9062	1.3188	1.9426
73	1.4480	1.8016	1.4179	1.8350	1.3874	1.8692	1.3566	1.9042	1.3256	1.9400
74	1.4529	1.8014	1.4232	1.8343	1.3932	1.8679	1.3628	1.9024	1.3322	1.9375
75	1.4577	1.8013	1.4284	1.8336	1.3988	1.8667	1.3688	1.9006	1.3386	1.9352

Diterbitkan oleh : **Tutorial Penelitian** <http://Tu.LaporanPenelitian.com>

Situs berita sains dan teknologi : **Laporan Penelitian** <http://www.LaporanPenelitian.com>

Situs pencarian jurnal : **Jurnal Penelitian** <http://jurnal.LaporanPenelitian.com>

n	k=6		k=7		k=8		k=9		k=10	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
76	1.4623	1.8011	1.4335	1.8330	1.4043	1.8655	1.3747	1.8989	1.3449	1.9329
77	1.4669	1.8010	1.4384	1.8324	1.4096	1.8644	1.3805	1.8972	1.3511	1.9307
78	1.4714	1.8009	1.4433	1.8318	1.4148	1.8634	1.3861	1.8957	1.3571	1.9286
79	1.4757	1.8009	1.4480	1.8313	1.4199	1.8624	1.3916	1.8942	1.3630	1.9266
80	1.4800	1.8008	1.4526	1.8308	1.4250	1.8614	1.3970	1.8927	1.3687	1.9247
81	1.4842	1.8008	1.4572	1.8303	1.4298	1.8605	1.4022	1.8914	1.3743	1.9228
82	1.4883	1.8008	1.4616	1.8299	1.4346	1.8596	1.4074	1.8900	1.3798	1.9211
83	1.4923	1.8008	1.4659	1.8295	1.4393	1.8588	1.4124	1.8888	1.3852	1.9193
84	1.4962	1.8008	1.4702	1.8291	1.4439	1.8580	1.4173	1.8876	1.3905	1.9177
85	1.5000	1.8009	1.4743	1.8288	1.4484	1.8573	1.4221	1.8864	1.3956	1.9161
86	1.5038	1.8010	1.4784	1.8285	1.4528	1.8566	1.4268	1.8853	1.4007	1.9146
87	1.5075	1.8010	1.4824	1.8282	1.4571	1.8559	1.4315	1.8842	1.4056	1.9131
88	1.5111	1.8011	1.4863	1.8279	1.4613	1.8553	1.4360	1.8832	1.4104	1.9117
89	1.5147	1.8012	1.4902	1.8277	1.4654	1.8547	1.4404	1.8822	1.4152	1.9103
90	1.5181	1.8014	1.4939	1.8275	1.4695	1.8541	1.4448	1.8813	1.4198	1.9090
91	1.5215	1.8015	1.4976	1.8273	1.4735	1.8536	1.4490	1.8804	1.4244	1.9077
92	1.5249	1.8016	1.5013	1.8271	1.4774	1.8530	1.4532	1.8795	1.4288	1.9065
93	1.5282	1.8018	1.5048	1.8269	1.4812	1.8526	1.4573	1.8787	1.4332	1.9053
94	1.5314	1.8019	1.5083	1.8268	1.4849	1.8521	1.4613	1.8779	1.4375	1.9042
95	1.5346	1.8021	1.5117	1.8266	1.4886	1.8516	1.4653	1.8772	1.4417	1.9031
96	1.5377	1.8023	1.5151	1.8265	1.4922	1.8512	1.4691	1.8764	1.4458	1.9021
97	1.5407	1.8025	1.5184	1.8264	1.4958	1.8508	1.4729	1.8757	1.4499	1.9011
98	1.5437	1.8027	1.5216	1.8263	1.4993	1.8505	1.4767	1.8750	1.4539	1.9001
99	1.5467	1.8029	1.5248	1.8263	1.5027	1.8501	1.4803	1.8744	1.4578	1.8991
100	1.5496	1.8031	1.5279	1.8262	1.5060	1.8498	1.4839	1.8738	1.4616	1.8982
101	1.5524	1.8033	1.5310	1.8261	1.5093	1.8495	1.4875	1.8732	1.4654	1.8973
102	1.5552	1.8035	1.5340	1.8261	1.5126	1.8491	1.4909	1.8726	1.4691	1.8965
103	1.5580	1.8037	1.5370	1.8261	1.5158	1.8489	1.4944	1.8721	1.4727	1.8956
104	1.5607	1.8040	1.5399	1.8261	1.5189	1.8486	1.4977	1.8715	1.4763	1.8948
105	1.5634	1.8042	1.5428	1.8261	1.5220	1.8483	1.5010	1.8710	1.4798	1.8941
106	1.5660	1.8044	1.5456	1.8261	1.5250	1.8481	1.5043	1.8705	1.4833	1.8933
107	1.5686	1.8047	1.5484	1.8261	1.5280	1.8479	1.5074	1.8701	1.4867	1.8926
108	1.5711	1.8049	1.5511	1.8261	1.5310	1.8477	1.5106	1.8696	1.4900	1.8919
109	1.5736	1.8052	1.5538	1.8261	1.5338	1.8475	1.5137	1.8692	1.4933	1.8913
110	1.5761	1.8054	1.5565	1.8262	1.5367	1.8473	1.5167	1.8688	1.4965	1.8906
111	1.5785	1.8057	1.5591	1.8262	1.5395	1.8471	1.5197	1.8684	1.4997	1.8900
112	1.5809	1.8060	1.5616	1.8263	1.5422	1.8470	1.5226	1.8680	1.5028	1.8894
113	1.5832	1.8062	1.5642	1.8264	1.5449	1.8468	1.5255	1.8676	1.5059	1.8888
114	1.5855	1.8065	1.5667	1.8264	1.5476	1.8467	1.5284	1.8673	1.5089	1.8882
115	1.5878	1.8068	1.5691	1.8265	1.5502	1.8466	1.5312	1.8670	1.5119	1.8877
116	1.5901	1.8070	1.5715	1.8266	1.5528	1.8465	1.5339	1.8667	1.5148	1.8872
117	1.5923	1.8073	1.5739	1.8267	1.5554	1.8463	1.5366	1.8663	1.5177	1.8867
118	1.5945	1.8076	1.5763	1.8268	1.5579	1.8463	1.5393	1.8661	1.5206	1.8862
119	1.5966	1.8079	1.5786	1.8269	1.5603	1.8462	1.5420	1.8658	1.5234	1.8857
120	1.5987	1.8082	1.5808	1.8270	1.5628	1.8461	1.5445	1.8655	1.5262	1.8852
121	1.6008	1.8084	1.5831	1.8271	1.5652	1.8460	1.5471	1.8653	1.5289	1.8848
122	1.6029	1.8087	1.5853	1.8272	1.5675	1.8459	1.5496	1.8650	1.5316	1.8844
123	1.6049	1.8090	1.5875	1.8273	1.5699	1.8459	1.5521	1.8648	1.5342	1.8839
124	1.6069	1.8093	1.5896	1.8274	1.5722	1.8458	1.5546	1.8646	1.5368	1.8835
125	1.6089	1.8096	1.5917	1.8276	1.5744	1.8458	1.5570	1.8644	1.5394	1.8832
126	1.6108	1.8099	1.5938	1.8277	1.5767	1.8458	1.5594	1.8641	1.5419	1.8828
127	1.6127	1.8102	1.5959	1.8278	1.5789	1.8458	1.5617	1.8639	1.5444	1.8824
128	1.6146	1.8105	1.5979	1.8280	1.5811	1.8457	1.5640	1.8638	1.5468	1.8821
129	1.6165	1.8107	1.5999	1.8281	1.5832	1.8457	1.5663	1.8636	1.5493	1.8817
130	1.6184	1.8110	1.6019	1.8282	1.5853	1.8457	1.5686	1.8634	1.5517	1.8814
131	1.6202	1.8113	1.6039	1.8284	1.5874	1.8457	1.5708	1.8633	1.5540	1.8811
132	1.6220	1.8116	1.6058	1.8285	1.5895	1.8457	1.5730	1.8631	1.5564	1.8808
133	1.6238	1.8119	1.6077	1.8287	1.5915	1.8457	1.5751	1.8630	1.5586	1.8805
134	1.6255	1.8122	1.6096	1.8288	1.5935	1.8457	1.5773	1.8629	1.5609	1.8802
135	1.6272	1.8125	1.6114	1.8290	1.5955	1.8457	1.5794	1.8627	1.5632	1.8799
136	1.6289	1.8128	1.6133	1.8292	1.5974	1.8458	1.5815	1.8626	1.5654	1.8797
137	1.6306	1.8131	1.6151	1.8293	1.5994	1.8458	1.5835	1.8625	1.5675	1.8794
138	1.6323	1.8134	1.6169	1.8295	1.6013	1.8458	1.5855	1.8624	1.5697	1.8792
139	1.6340	1.8137	1.6186	1.8297	1.6031	1.8459	1.5875	1.8623	1.5718	1.8789
140	1.6356	1.8140	1.6204	1.8298	1.6050	1.8459	1.5895	1.8622	1.5739	1.8787
141	1.6372	1.8143	1.6221	1.8300	1.6068	1.8459	1.5915	1.8621	1.5760	1.8785

Diterbitkan oleh : **Tutorial Penelitian** <http://Tu.LaporanPenelitian.com>

Situs berita sains dan teknologi : **Laporan Penelitian** <http://www.LaporanPenelitian.com>

Situs pencarian jurnal : **Jurnal Penelitian** <http://jurnal.LaporanPenelitian.com>

n	k=6		k=7		k=8		k=9		k=10	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
142	1.6388	1.8146	1.6238	1.8302	1.6087	1.8460	1.5934	1.8620	1.5780	1.8783
143	1.6403	1.8149	1.6255	1.8303	1.6104	1.8460	1.5953	1.8619	1.5800	1.8781
144	1.6419	1.8151	1.6271	1.8305	1.6122	1.8461	1.5972	1.8619	1.5820	1.8779
145	1.6434	1.8154	1.6288	1.8307	1.6140	1.8462	1.5990	1.8618	1.5840	1.8777
146	1.6449	1.8157	1.6304	1.8309	1.6157	1.8462	1.6009	1.8618	1.5859	1.8775
147	1.6464	1.8160	1.6320	1.8310	1.6174	1.8463	1.6027	1.8617	1.5878	1.8773
148	1.6479	1.8163	1.6336	1.8312	1.6191	1.8463	1.6045	1.8617	1.5897	1.8772
149	1.6494	1.8166	1.6351	1.8314	1.6207	1.8464	1.6062	1.8616	1.5916	1.8770
150	1.6508	1.8169	1.6367	1.8316	1.6224	1.8465	1.6080	1.8616	1.5935	1.8768
151	1.6523	1.8172	1.6382	1.8318	1.6240	1.8466	1.6097	1.8615	1.5953	1.8767
152	1.6537	1.8175	1.6397	1.8320	1.6256	1.8466	1.6114	1.8615	1.5971	1.8765
153	1.6551	1.8178	1.6412	1.8322	1.6272	1.8467	1.6131	1.8615	1.5989	1.8764
154	1.6565	1.8181	1.6427	1.8323	1.6288	1.8468	1.6148	1.8614	1.6007	1.8763
155	1.6578	1.8184	1.6441	1.8325	1.6303	1.8469	1.6164	1.8614	1.6024	1.8761
156	1.6592	1.8186	1.6456	1.8327	1.6319	1.8470	1.6181	1.8614	1.6041	1.8760
157	1.6605	1.8189	1.6470	1.8329	1.6334	1.8471	1.6197	1.8614	1.6058	1.8759
158	1.6618	1.8192	1.6484	1.8331	1.6349	1.8472	1.6213	1.8614	1.6075	1.8758
159	1.6631	1.8195	1.6498	1.8333	1.6364	1.8472	1.6229	1.8614	1.6092	1.8757
160	1.6644	1.8198	1.6512	1.8335	1.6379	1.8473	1.6244	1.8614	1.6108	1.8756
161	1.6657	1.8201	1.6526	1.8337	1.6393	1.8474	1.6260	1.8614	1.6125	1.8755
162	1.6670	1.8204	1.6539	1.8339	1.6408	1.8475	1.6275	1.8614	1.6141	1.8754
163	1.6683	1.8207	1.6553	1.8341	1.6422	1.8476	1.6290	1.8614	1.6157	1.8753
164	1.6695	1.8209	1.6566	1.8343	1.6436	1.8478	1.6305	1.8614	1.6173	1.8752
165	1.6707	1.8212	1.6579	1.8345	1.6450	1.8479	1.6320	1.8614	1.6188	1.8751
166	1.6720	1.8215	1.6592	1.8346	1.6464	1.8480	1.6334	1.8614	1.6204	1.8751
167	1.6732	1.8218	1.6605	1.8348	1.6477	1.8481	1.6349	1.8615	1.6219	1.8750
168	1.6743	1.8221	1.6618	1.8350	1.6491	1.8482	1.6363	1.8615	1.6234	1.8749
169	1.6755	1.8223	1.6630	1.8352	1.6504	1.8483	1.6377	1.8615	1.6249	1.8748
170	1.6767	1.8226	1.6643	1.8354	1.6517	1.8484	1.6391	1.8615	1.6264	1.8748
171	1.6779	1.8229	1.6655	1.8356	1.6531	1.8485	1.6405	1.8615	1.6279	1.8747
172	1.6790	1.8232	1.6667	1.8358	1.6544	1.8486	1.6419	1.8616	1.6293	1.8747
173	1.6801	1.8235	1.6679	1.8360	1.6556	1.8487	1.6433	1.8616	1.6308	1.8746
174	1.6813	1.8237	1.6691	1.8362	1.6569	1.8489	1.6446	1.8617	1.6322	1.8746
175	1.6824	1.8240	1.6703	1.8364	1.6582	1.8490	1.6459	1.8617	1.6336	1.8745
176	1.6835	1.8243	1.6715	1.8366	1.6594	1.8491	1.6472	1.8617	1.6350	1.8745
177	1.6846	1.8246	1.6727	1.8368	1.6606	1.8492	1.6486	1.8618	1.6364	1.8744
178	1.6857	1.8248	1.6738	1.8370	1.6619	1.8493	1.6499	1.8618	1.6377	1.8744
179	1.6867	1.8251	1.6750	1.8372	1.6631	1.8495	1.6511	1.8618	1.6391	1.8744
180	1.6878	1.8254	1.6761	1.8374	1.6643	1.8496	1.6524	1.8619	1.6404	1.8744
181	1.6888	1.8256	1.6772	1.8376	1.6655	1.8497	1.6537	1.8619	1.6418	1.8743
182	1.6899	1.8259	1.6783	1.8378	1.6667	1.8498	1.6549	1.8620	1.6431	1.8743
183	1.6909	1.8262	1.6794	1.8380	1.6678	1.8500	1.6561	1.8621	1.6444	1.8743
184	1.6919	1.8264	1.6805	1.8382	1.6690	1.8501	1.6574	1.8621	1.6457	1.8743
185	1.6930	1.8267	1.6816	1.8384	1.6701	1.8502	1.6586	1.8622	1.6469	1.8742
186	1.6940	1.8270	1.6826	1.8386	1.6712	1.8503	1.6598	1.8622	1.6482	1.8742
187	1.6950	1.8272	1.6837	1.8388	1.6724	1.8505	1.6610	1.8623	1.6495	1.8742
188	1.6959	1.8275	1.6848	1.8390	1.6735	1.8506	1.6621	1.8623	1.6507	1.8742
189	1.6969	1.8278	1.6858	1.8392	1.6746	1.8507	1.6633	1.8624	1.6519	1.8742
190	1.6979	1.8280	1.6868	1.8394	1.6757	1.8509	1.6644	1.8625	1.6531	1.8742
191	1.6988	1.8283	1.6878	1.8396	1.6768	1.8510	1.6656	1.8625	1.6543	1.8742
192	1.6998	1.8285	1.6889	1.8398	1.6778	1.8511	1.6667	1.8626	1.6555	1.8742
193	1.7007	1.8288	1.6899	1.8400	1.6789	1.8513	1.6678	1.8627	1.6567	1.8742
194	1.7017	1.8291	1.6909	1.8402	1.6799	1.8514	1.6690	1.8627	1.6579	1.8742
195	1.7026	1.8293	1.6918	1.8404	1.6810	1.8515	1.6701	1.8628	1.6591	1.8742
196	1.7035	1.8296	1.6928	1.8406	1.6820	1.8516	1.6712	1.8629	1.6602	1.8742
197	1.7044	1.8298	1.6938	1.8407	1.6831	1.8518	1.6722	1.8629	1.6614	1.8742
198	1.7053	1.8301	1.6947	1.8409	1.6841	1.8519	1.6733	1.8630	1.6625	1.8742
199	1.7062	1.8303	1.6957	1.8411	1.6851	1.8521	1.6744	1.8631	1.6636	1.8742
200	1.7071	1.8306	1.6966	1.8413	1.6861	1.8522	1.6754	1.8632	1.6647	1.8742

Diterbitkan oleh : **Tutorial Penelitian** <http://Tu.LaporanPenelitian.com>

Situs berita sains dan teknologi : **Laporan Penelitian** <http://www.LaporanPenelitian.com>

Situs pencarian jurnal : **Jurnal Penelitian** <http://jurnal.LaporanPenelitian.com>

n	k=11		k=12		k=13		k=14		k=15	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
16	0.0981	3.5029								
17	0.1376	3.3782	0.0871	3.5572						
18	0.1773	3.2650	0.1232	3.4414	0.0779	3.6032				
19	0.2203	3.1593	0.1598	3.3348	0.1108	3.4957	0.0700	3.6424		
20	0.2635	3.0629	0.1998	3.2342	0.1447	3.3954	0.1002	3.5425	0.0633	3.6762
21	0.3067	2.9760	0.2403	3.1413	0.1820	3.2998	0.1317	3.4483	0.0911	3.5832
22	0.3493	2.8973	0.2812	3.0566	0.2200	3.2106	0.1664	3.3576	0.1203	3.4946
23	0.3908	2.8259	0.3217	2.9792	0.2587	3.1285	0.2022	3.2722	0.1527	3.4087
24	0.4312	2.7611	0.3616	2.9084	0.2972	3.0528	0.2387	3.1929	0.1864	3.3270
25	0.4702	2.7023	0.4005	2.8436	0.3354	2.9830	0.2754	3.1191	0.2209	3.2506
26	0.5078	2.6488	0.4383	2.7844	0.3728	2.9187	0.3118	3.0507	0.2558	3.1790
27	0.5439	2.6000	0.4748	2.7301	0.4093	2.8595	0.3478	2.9872	0.2906	3.1122
28	0.5785	2.5554	0.5101	2.6803	0.4449	2.8049	0.3831	2.9284	0.3252	3.0498
29	0.6117	2.5146	0.5441	2.6345	0.4793	2.7545	0.4175	2.8738	0.3592	2.9916
30	0.6435	2.4771	0.5769	2.5923	0.5126	2.7079	0.4511	2.8232	0.3926	2.9374
31	0.6739	2.4427	0.6083	2.5535	0.5447	2.6648	0.4836	2.7762	0.4251	2.8868
32	0.7030	2.4110	0.6385	2.5176	0.5757	2.6249	0.5151	2.7325	0.4569	2.8396
33	0.7309	2.3818	0.6675	2.4844	0.6056	2.5879	0.5456	2.6918	0.4877	2.7956
34	0.7576	2.3547	0.6953	2.4536	0.6343	2.5535	0.5750	2.6539	0.5176	2.7544
35	0.7831	2.3297	0.7220	2.4250	0.6620	2.5215	0.6035	2.6186	0.5466	2.7159
36	0.8076	2.3064	0.7476	2.3984	0.6886	2.4916	0.6309	2.5856	0.5746	2.6799
37	0.8311	2.2848	0.7722	2.3737	0.7142	2.4638	0.6573	2.5547	0.6018	2.6461
38	0.8536	2.2647	0.7958	2.3506	0.7389	2.4378	0.6828	2.5258	0.6280	2.6144
39	0.8751	2.2459	0.8185	2.3290	0.7626	2.4134	0.7074	2.4987	0.6533	2.5847
40	0.8959	2.2284	0.8404	2.3089	0.7854	2.3906	0.7312	2.4733	0.6778	2.5567
41	0.9158	2.2120	0.8613	2.2900	0.8074	2.3692	0.7540	2.4494	0.7015	2.5304
42	0.9349	2.1967	0.8815	2.2723	0.8285	2.3491	0.7761	2.4269	0.7243	2.5056
43	0.9533	2.1823	0.9009	2.2556	0.8489	2.3302	0.7973	2.4058	0.7464	2.4822
44	0.9710	2.1688	0.9196	2.2400	0.8686	2.3124	0.8179	2.3858	0.7677	2.4601
45	0.9880	2.1561	0.9377	2.2252	0.8875	2.2956	0.8377	2.3670	0.7883	2.4392
46	1.0044	2.1442	0.9550	2.2113	0.9058	2.2797	0.8568	2.3492	0.8083	2.4195
47	1.0203	2.1329	0.9718	2.1982	0.9234	2.2648	0.8753	2.3324	0.8275	2.4008
48	1.0355	2.1223	0.9879	2.1859	0.9405	2.2506	0.8931	2.3164	0.8461	2.3831
49	1.0502	2.1122	1.0035	2.1742	0.9569	2.2372	0.9104	2.3013	0.8642	2.3663
50	1.0645	2.1028	1.0186	2.1631	0.9728	2.2245	0.9271	2.2870	0.8816	2.3503
51	1.0782	2.0938	1.0332	2.1526	0.9882	2.2125	0.9432	2.2734	0.8985	2.3352
52	1.0915	2.0853	1.0473	2.1426	1.0030	2.2011	0.9589	2.2605	0.9148	2.3207
53	1.1043	2.0772	1.0609	2.1332	1.0174	2.1902	0.9740	2.2482	0.9307	2.3070
54	1.1167	2.0696	1.0741	2.1242	1.0314	2.1799	0.9886	2.2365	0.9460	2.2939
55	1.1288	2.0623	1.0869	2.1157	1.0449	2.1700	1.0028	2.2253	0.9609	2.2815
56	1.1404	2.0554	1.0992	2.1076	1.0579	2.1607	1.0166	2.2147	0.9753	2.2696
57	1.1517	2.0489	1.1112	2.0998	1.0706	2.1518	1.0299	2.2046	0.9893	2.2582
58	1.1626	2.0426	1.1228	2.0925	1.0829	2.1432	1.0429	2.1949	1.0029	2.2474
59	1.1733	2.0367	1.1341	2.0854	1.0948	2.1351	1.0555	2.1856	1.0161	2.2370
60	1.1835	2.0310	1.1451	2.0787	1.1064	2.1273	1.0676	2.1768	1.0289	2.2271
61	1.1936	2.0256	1.1557	2.0723	1.1176	2.1199	1.0795	2.1684	1.0413	2.2176
62	1.2033	2.0204	1.1660	2.0662	1.1286	2.1128	1.0910	2.1603	1.0534	2.2084
63	1.2127	2.0155	1.1760	2.0604	1.1392	2.1060	1.1022	2.1525	1.0651	2.1997
64	1.2219	2.0108	1.1858	2.0548	1.1495	2.0995	1.1131	2.1451	1.0766	2.1913
65	1.2308	2.0063	1.1953	2.0494	1.1595	2.0933	1.1236	2.1380	1.0877	2.1833
66	1.2395	2.0020	1.2045	2.0443	1.1693	2.0873	1.1339	2.1311	1.0985	2.1756
67	1.2479	1.9979	1.2135	2.0393	1.1788	2.0816	1.1440	2.1245	1.1090	2.1682
68	1.2561	1.9939	1.2222	2.0346	1.1880	2.0761	1.1537	2.1182	1.1193	2.1611
69	1.2642	1.9901	1.2307	2.0301	1.1970	2.0708	1.1632	2.1122	1.1293	2.1542
70	1.2720	1.9865	1.2390	2.0257	1.2058	2.0657	1.1725	2.1063	1.1390	2.1476
71	1.2796	1.9830	1.2471	2.0216	1.2144	2.0608	1.1815	2.1007	1.1485	2.1413
72	1.2870	1.9797	1.2550	2.0176	1.2227	2.0561	1.1903	2.0953	1.1578	2.1352
73	1.2942	1.9765	1.2626	2.0137	1.2308	2.0516	1.1989	2.0901	1.1668	2.1293
74	1.3013	1.9734	1.2701	2.0100	1.2388	2.0472	1.2073	2.0851	1.1756	2.1236
75	1.3082	1.9705	1.2774	2.0064	1.2465	2.0430	1.2154	2.0803	1.1842	2.1181
76	1.3149	1.9676	1.2846	2.0030	1.2541	2.0390	1.2234	2.0756	1.1926	2.1128
77	1.3214	1.9649	1.2916	1.9997	1.2615	2.0351	1.2312	2.0711	1.2008	2.1077
78	1.3279	1.9622	1.2984	1.9965	1.2687	2.0314	1.2388	2.0668	1.2088	2.1028
79	1.3341	1.9597	1.3050	1.9934	1.2757	2.0277	1.2462	2.0626	1.2166	2.0980
80	1.3402	1.9573	1.3115	1.9905	1.2826	2.0242	1.2535	2.0586	1.2242	2.0934
81	1.3462	1.9549	1.3179	1.9876	1.2893	2.0209	1.2606	2.0547	1.2317	2.0890

Diterbitkan oleh : **Tutorial Penelitian** <http://Tu.LaporanPenelitian.com>

Situs berita sains dan teknologi : **Laporan Penelitian** <http://www.LaporanPenelitian.com>

Situs pencarian jurnal : **Jurnal Penelitian** <http://jurnal.LaporanPenelitian.com>

n	k=11		k=12		k=13		k=14		k=15	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
82	1.3521	1.9527	1.3241	1.9849	1.2959	2.0176	1.2675	2.0509	1.2390	2.0847
83	1.3578	1.9505	1.3302	1.9822	1.3023	2.0144	1.2743	2.0472	1.2461	2.0805
84	1.3634	1.9484	1.3361	1.9796	1.3086	2.0114	1.2809	2.0437	1.2531	2.0765
85	1.3689	1.9464	1.3419	1.9771	1.3148	2.0085	1.2874	2.0403	1.2599	2.0726
86	1.3743	1.9444	1.3476	1.9747	1.3208	2.0056	1.2938	2.0370	1.2666	2.0688
87	1.3795	1.9425	1.3532	1.9724	1.3267	2.0029	1.3000	2.0338	1.2732	2.0652
88	1.3847	1.9407	1.3587	1.9702	1.3325	2.0002	1.3061	2.0307	1.2796	2.0616
89	1.3897	1.9389	1.3640	1.9680	1.3381	1.9976	1.3121	2.0277	1.2859	2.0582
90	1.3946	1.9372	1.3693	1.9659	1.3437	1.9951	1.3179	2.0247	1.2920	2.0548
91	1.3995	1.9356	1.3744	1.9639	1.3491	1.9927	1.3237	2.0219	1.2980	2.0516
92	1.4042	1.9340	1.3794	1.9619	1.3544	1.9903	1.3293	2.0192	1.3039	2.0485
93	1.4089	1.9325	1.3844	1.9600	1.3597	1.9881	1.3348	2.0165	1.3097	2.0454
94	1.4135	1.9310	1.3892	1.9582	1.3648	1.9859	1.3402	2.0139	1.3154	2.0424
95	1.4179	1.9295	1.3940	1.9564	1.3698	1.9837	1.3455	2.0114	1.3210	2.0396
96	1.4223	1.9282	1.3986	1.9547	1.3747	1.9816	1.3507	2.0090	1.3264	2.0368
97	1.4266	1.9268	1.4032	1.9530	1.3796	1.9796	1.3557	2.0067	1.3318	2.0341
98	1.4309	1.9255	1.4077	1.9514	1.3843	1.9777	1.3607	2.0044	1.3370	2.0314
99	1.4350	1.9243	1.4121	1.9498	1.3889	1.9758	1.3656	2.0021	1.3422	2.0289
100	1.4391	1.9231	1.4164	1.9483	1.3935	1.9739	1.3705	2.0000	1.3472	2.0264
101	1.4431	1.9219	1.4206	1.9468	1.3980	1.9722	1.3752	1.9979	1.3522	2.0239
102	1.4470	1.9207	1.4248	1.9454	1.4024	1.9704	1.3798	1.9958	1.3571	2.0216
103	1.4509	1.9196	1.4289	1.9440	1.4067	1.9687	1.3844	1.9938	1.3619	2.0193
104	1.4547	1.9186	1.4329	1.9426	1.4110	1.9671	1.3889	1.9919	1.3666	2.0171
105	1.4584	1.9175	1.4369	1.9413	1.4151	1.9655	1.3933	1.9900	1.3712	2.0149
106	1.4621	1.9165	1.4408	1.9401	1.4192	1.9640	1.3976	1.9882	1.3758	2.0128
107	1.4657	1.9155	1.4446	1.9388	1.4233	1.9624	1.4018	1.9864	1.3802	2.0107
108	1.4693	1.9146	1.4483	1.9376	1.4272	1.9610	1.4060	1.9847	1.3846	2.0087
109	1.4727	1.9137	1.4520	1.9364	1.4311	1.9595	1.4101	1.9830	1.3889	2.0067
110	1.4762	1.9128	1.4556	1.9353	1.4350	1.9582	1.4141	1.9813	1.3932	2.0048
111	1.4795	1.9119	1.4592	1.9342	1.4387	1.9568	1.4181	1.9797	1.3973	2.0030
112	1.4829	1.9111	1.4627	1.9331	1.4424	1.9555	1.4220	1.9782	1.4014	2.0011
113	1.4861	1.9103	1.4662	1.9321	1.4461	1.9542	1.4258	1.9766	1.4055	1.9994
114	1.4893	1.9095	1.4696	1.9311	1.4497	1.9530	1.4296	1.9752	1.4094	1.9977
115	1.4925	1.9087	1.4729	1.9301	1.4532	1.9518	1.4333	1.9737	1.4133	1.9960
116	1.4956	1.9080	1.4762	1.9291	1.4567	1.9506	1.4370	1.9723	1.4172	1.9943
117	1.4987	1.9073	1.4795	1.9282	1.4601	1.9494	1.4406	1.9709	1.4209	1.9927
118	1.5017	1.9066	1.4827	1.9273	1.4635	1.9483	1.4441	1.9696	1.4247	1.9912
119	1.5047	1.9059	1.4858	1.9264	1.4668	1.9472	1.4476	1.9683	1.4283	1.9896
120	1.5076	1.9053	1.4889	1.9256	1.4700	1.9461	1.4511	1.9670	1.4319	1.9881
121	1.5105	1.9046	1.4919	1.9247	1.4733	1.9451	1.4544	1.9658	1.4355	1.9867
122	1.5133	1.9040	1.4950	1.9239	1.4764	1.9441	1.4578	1.9646	1.4390	1.9853
123	1.5161	1.9034	1.4979	1.9231	1.4795	1.9431	1.4611	1.9634	1.4424	1.9839
124	1.5189	1.9028	1.5008	1.9223	1.4826	1.9422	1.4643	1.9622	1.4458	1.9825
125	1.5216	1.9023	1.5037	1.9216	1.4857	1.9412	1.4675	1.9611	1.4492	1.9812
126	1.5243	1.9017	1.5065	1.9209	1.4886	1.9403	1.4706	1.9600	1.4525	1.9799
127	1.5269	1.9012	1.5093	1.9202	1.4916	1.9394	1.4737	1.9589	1.4557	1.9786
128	1.5295	1.9006	1.5121	1.9195	1.4945	1.9385	1.4768	1.9578	1.4589	1.9774
129	1.5321	1.9001	1.5148	1.9188	1.4973	1.9377	1.4798	1.9568	1.4621	1.9762
130	1.5346	1.8997	1.5175	1.9181	1.5002	1.9369	1.4827	1.9558	1.4652	1.9750
131	1.5371	1.8992	1.5201	1.9175	1.5029	1.9360	1.4856	1.9548	1.4682	1.9738
132	1.5396	1.8987	1.5227	1.9169	1.5057	1.9353	1.4885	1.9539	1.4713	1.9727
133	1.5420	1.8983	1.5253	1.9163	1.5084	1.9345	1.4914	1.9529	1.4742	1.9716
134	1.5444	1.8978	1.5278	1.9157	1.5110	1.9337	1.4942	1.9520	1.4772	1.9705
135	1.5468	1.8974	1.5303	1.9151	1.5137	1.9330	1.4969	1.9511	1.4801	1.9695
136	1.5491	1.8970	1.5328	1.9145	1.5163	1.9323	1.4997	1.9502	1.4829	1.9684
137	1.5514	1.8966	1.5352	1.9140	1.5188	1.9316	1.5024	1.9494	1.4858	1.9674
138	1.5537	1.8962	1.5376	1.9134	1.5213	1.9309	1.5050	1.9486	1.4885	1.9664
139	1.5559	1.8958	1.5400	1.9129	1.5238	1.9302	1.5076	1.9477	1.4913	1.9655
140	1.5582	1.8955	1.5423	1.9124	1.5263	1.9296	1.5102	1.9469	1.4940	1.9645
141	1.5603	1.8951	1.5446	1.9119	1.5287	1.9289	1.5128	1.9461	1.4967	1.9636
142	1.5625	1.8947	1.5469	1.9114	1.5311	1.9283	1.5153	1.9454	1.4993	1.9627
143	1.5646	1.8944	1.5491	1.9110	1.5335	1.9277	1.5178	1.9446	1.5019	1.9618
144	1.5667	1.8941	1.5513	1.9105	1.5358	1.9271	1.5202	1.9439	1.5045	1.9609
145	1.5688	1.8938	1.5535	1.9100	1.5381	1.9265	1.5226	1.9432	1.5070	1.9600
146	1.5709	1.8935	1.5557	1.9096	1.5404	1.9259	1.5250	1.9425	1.5095	1.9592
147	1.5729	1.8932	1.5578	1.9092	1.5427	1.9254	1.5274	1.9418	1.5120	1.9584

Diterbitkan oleh : **Tutorial Penelitian** <http://Tu.LaporanPenelitian.com>

Situs berita sains dan teknologi : **Laporan Penelitian** <http://www.LaporanPenelitian.com>

Situs pencarian jurnal : **Jurnal Penelitian** <http://jurnal.LaporanPenelitian.com>

n	k=11		k=12		k=13		k=14		k=15	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
148	1.5749	1.8929	1.5600	1.9088	1.5449	1.9248	1.5297	1.9411	1.5144	1.9576
149	1.5769	1.8926	1.5620	1.9083	1.5471	1.9243	1.5320	1.9404	1.5169	1.9568
150	1.5788	1.8923	1.5641	1.9080	1.5493	1.9238	1.5343	1.9398	1.5193	1.9560
151	1.5808	1.8920	1.5661	1.9076	1.5514	1.9233	1.5365	1.9392	1.5216	1.9552
152	1.5827	1.8918	1.5682	1.9072	1.5535	1.9228	1.5388	1.9386	1.5239	1.9545
153	1.5846	1.8915	1.5701	1.9068	1.5556	1.9223	1.5410	1.9379	1.5262	1.9538
154	1.5864	1.8913	1.5721	1.9065	1.5577	1.9218	1.5431	1.9374	1.5285	1.9531
155	1.5883	1.8910	1.5740	1.9061	1.5597	1.9214	1.5453	1.9368	1.5307	1.9524
156	1.5901	1.8908	1.5760	1.9058	1.5617	1.9209	1.5474	1.9362	1.5330	1.9517
157	1.5919	1.8906	1.5779	1.9054	1.5637	1.9205	1.5495	1.9356	1.5352	1.9510
158	1.5937	1.8904	1.5797	1.9051	1.5657	1.9200	1.5516	1.9351	1.5373	1.9503
159	1.5954	1.8902	1.5816	1.9048	1.5676	1.9196	1.5536	1.9346	1.5395	1.9497
160	1.5972	1.8899	1.5834	1.9045	1.5696	1.9192	1.5556	1.9340	1.5416	1.9490
161	1.5989	1.8897	1.5852	1.9042	1.5715	1.9188	1.5576	1.9335	1.5437	1.9484
162	1.6006	1.8896	1.5870	1.9039	1.5734	1.9184	1.5596	1.9330	1.5457	1.9478
163	1.6023	1.8894	1.5888	1.9036	1.5752	1.9180	1.5616	1.9325	1.5478	1.9472
164	1.6040	1.8892	1.5906	1.9033	1.5771	1.9176	1.5635	1.9320	1.5498	1.9466
165	1.6056	1.8890	1.5923	1.9030	1.5789	1.9172	1.5654	1.9316	1.5518	1.9460
166	1.6072	1.8888	1.5940	1.9028	1.5807	1.9169	1.5673	1.9311	1.5538	1.9455
167	1.6089	1.8887	1.5957	1.9025	1.5825	1.9165	1.5692	1.9306	1.5557	1.9449
168	1.6105	1.8885	1.5974	1.9023	1.5842	1.9161	1.5710	1.9302	1.5577	1.9444
169	1.6120	1.8884	1.5991	1.9020	1.5860	1.9158	1.5728	1.9298	1.5596	1.9438
170	1.6136	1.8882	1.6007	1.9018	1.5877	1.9155	1.5746	1.9293	1.5615	1.9433
171	1.6151	1.8881	1.6023	1.9015	1.5894	1.9151	1.5764	1.9289	1.5634	1.9428
172	1.6167	1.8879	1.6039	1.9013	1.5911	1.9148	1.5782	1.9285	1.5652	1.9423
173	1.6182	1.8878	1.6055	1.9011	1.5928	1.9145	1.5799	1.9281	1.5670	1.9418
174	1.6197	1.8876	1.6071	1.9009	1.5944	1.9142	1.5817	1.9277	1.5688	1.9413
175	1.6212	1.8875	1.6087	1.9006	1.5961	1.9139	1.5834	1.9273	1.5706	1.9408
176	1.6226	1.8874	1.6102	1.9004	1.5977	1.9136	1.5851	1.9269	1.5724	1.9404
177	1.6241	1.8873	1.6117	1.9002	1.5993	1.9133	1.5868	1.9265	1.5742	1.9399
178	1.6255	1.8872	1.6133	1.9000	1.6009	1.9130	1.5884	1.9262	1.5759	1.9394
179	1.6270	1.8870	1.6148	1.8998	1.6025	1.9128	1.5901	1.9258	1.5776	1.9390
180	1.6284	1.8869	1.6162	1.8996	1.6040	1.9125	1.5917	1.9255	1.5793	1.9386
181	1.6298	1.8868	1.6177	1.8995	1.6056	1.9122	1.5933	1.9251	1.5810	1.9381
182	1.6312	1.8867	1.6192	1.8993	1.6071	1.9120	1.5949	1.9248	1.5827	1.9377
183	1.6325	1.8866	1.6206	1.8991	1.6086	1.9117	1.5965	1.9244	1.5844	1.9373
184	1.6339	1.8865	1.6220	1.8989	1.6101	1.9115	1.5981	1.9241	1.5860	1.9369
185	1.6352	1.8864	1.6234	1.8988	1.6116	1.9112	1.5996	1.9238	1.5876	1.9365
186	1.6366	1.8864	1.6248	1.8986	1.6130	1.9110	1.6012	1.9235	1.5892	1.9361
187	1.6379	1.8863	1.6262	1.8984	1.6145	1.9107	1.6027	1.9232	1.5908	1.9357
188	1.6392	1.8862	1.6276	1.8983	1.6159	1.9105	1.6042	1.9228	1.5924	1.9353
189	1.6405	1.8861	1.6289	1.8981	1.6173	1.9103	1.6057	1.9226	1.5939	1.9349
190	1.6418	1.8860	1.6303	1.8980	1.6188	1.9101	1.6071	1.9223	1.5955	1.9346
191	1.6430	1.8860	1.6316	1.8978	1.6202	1.9099	1.6086	1.9220	1.5970	1.9342
192	1.6443	1.8859	1.6329	1.8977	1.6215	1.9096	1.6101	1.9217	1.5985	1.9339
193	1.6455	1.8858	1.6343	1.8976	1.6229	1.9094	1.6115	1.9214	1.6000	1.9335
194	1.6468	1.8858	1.6355	1.8974	1.6243	1.9092	1.6129	1.9211	1.6015	1.9332
195	1.6480	1.8857	1.6368	1.8973	1.6256	1.9090	1.6143	1.9209	1.6030	1.9328
196	1.6492	1.8856	1.6381	1.8972	1.6270	1.9088	1.6157	1.9206	1.6044	1.9325
197	1.6504	1.8856	1.6394	1.8971	1.6283	1.9087	1.6171	1.9204	1.6059	1.9322
198	1.6516	1.8855	1.6406	1.8969	1.6296	1.9085	1.6185	1.9201	1.6073	1.9318
199	1.6528	1.8855	1.6419	1.8968	1.6309	1.9083	1.6198	1.9199	1.6087	1.9315
200	1.6539	1.8854	1.6431	1.8967	1.6322	1.9081	1.6212	1.9196	1.6101	1.9312

Diterbitkan oleh : **Tutorial Penelitian** <http://Tu.LaporanPenelitian.com>

Situs berita sains dan teknologi : **Laporan Penelitian** <http://www.LaporanPenelitian.com>

Situs pencarian jurnal : **Jurnal Penelitian** <http://jurnal.LaporanPenelitian.com>

n	k=16		k=17		k=18		k=19		k=20	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
21	0.0575	3.7054								
22	0.0832	3.6188	0.0524	3.7309						
23	0.1103	3.5355	0.0762	3.6501	0.0480	3.7533				
24	0.1407	3.4540	0.1015	3.5717	0.0701	3.6777	0.0441	3.7730		
25	0.1723	3.3760	0.1300	3.4945	0.0937	3.6038	0.0647	3.7022	0.0407	3.7904
26	0.2050	3.3025	0.1598	3.4201	0.1204	3.5307	0.0868	3.6326	0.0598	3.7240
27	0.2382	3.2333	0.1907	3.3494	0.1485	3.4597	0.1119	3.5632	0.0806	3.6583
28	0.2715	3.1681	0.2223	3.2825	0.1779	3.3919	0.1384	3.4955	0.1042	3.5925
29	0.3046	3.1070	0.2541	3.2192	0.2079	3.3273	0.1663	3.4304	0.1293	3.5279
30	0.3374	3.0497	0.2859	3.1595	0.2383	3.2658	0.1949	3.3681	0.1557	3.4655
31	0.3697	2.9960	0.3175	3.1032	0.2688	3.2076	0.2239	3.3086	0.1830	3.4055
32	0.4013	2.9458	0.3487	3.0503	0.2992	3.1525	0.2532	3.2519	0.2108	3.3478
33	0.4322	2.8987	0.3793	3.0005	0.3294	3.1005	0.2825	3.1981	0.2389	3.2928
34	0.4623	2.8545	0.4094	2.9536	0.3591	3.0513	0.3116	3.1470	0.2670	3.2402
35	0.4916	2.8131	0.4388	2.9095	0.3883	3.0048	0.3403	3.0985	0.2951	3.1901
36	0.5201	2.7742	0.4675	2.8680	0.4169	2.9610	0.3687	3.0526	0.3230	3.1425
37	0.5477	2.7377	0.4954	2.8289	0.4449	2.9195	0.3966	3.0091	0.3505	3.0972
38	0.5745	2.7033	0.5225	2.7921	0.4723	2.8804	0.4240	2.9678	0.3777	3.0541
39	0.6004	2.6710	0.5489	2.7573	0.4990	2.8434	0.4507	2.9288	0.4044	3.0132
40	0.6256	2.6406	0.5745	2.7246	0.5249	2.8084	0.4769	2.8917	0.4305	2.9743
41	0.6499	2.6119	0.5994	2.6936	0.5502	2.7753	0.5024	2.8566	0.4562	2.9373
42	0.6734	2.5848	0.6235	2.6643	0.5747	2.7439	0.5273	2.8233	0.4812	2.9022
43	0.6962	2.5592	0.6469	2.6366	0.5986	2.7142	0.5515	2.7916	0.5057	2.8688
44	0.7182	2.5351	0.6695	2.6104	0.6218	2.6860	0.5751	2.7616	0.5295	2.8370
45	0.7396	2.5122	0.6915	2.5856	0.6443	2.6593	0.5980	2.7331	0.5528	2.8067
46	0.7602	2.4905	0.7128	2.5621	0.6661	2.6339	0.6203	2.7059	0.5755	2.7779
47	0.7802	2.4700	0.7334	2.5397	0.6873	2.6098	0.6420	2.6801	0.5976	2.7504
48	0.7995	2.4505	0.7534	2.5185	0.7079	2.5869	0.6631	2.6555	0.6191	2.7243
49	0.8182	2.4320	0.7728	2.4983	0.7279	2.5651	0.6836	2.6321	0.6400	2.6993
50	0.8364	2.4144	0.7916	2.4791	0.7472	2.5443	0.7035	2.6098	0.6604	2.6755
51	0.8540	2.3977	0.8098	2.4608	0.7660	2.5245	0.7228	2.5885	0.6802	2.6527
52	0.8710	2.3818	0.8275	2.4434	0.7843	2.5056	0.7416	2.5682	0.6995	2.6310
53	0.8875	2.3666	0.8446	2.4268	0.8020	2.4876	0.7599	2.5487	0.7183	2.6102
54	0.9035	2.3521	0.8612	2.4110	0.8193	2.4704	0.7777	2.5302	0.7365	2.5903
55	0.9190	2.3383	0.8774	2.3959	0.8360	2.4539	0.7949	2.5124	0.7543	2.5713
56	0.9341	2.3252	0.8930	2.3814	0.8522	2.4382	0.8117	2.4955	0.7716	2.5531
57	0.9487	2.3126	0.9083	2.3676	0.8680	2.4232	0.8280	2.4792	0.7884	2.5356
58	0.9629	2.3005	0.9230	2.3544	0.8834	2.4088	0.8439	2.4636	0.8047	2.5189
59	0.9767	2.2890	0.9374	2.3417	0.8983	2.3950	0.8593	2.4487	0.8207	2.5028
60	0.9901	2.2780	0.9514	2.3296	0.9128	2.3817	0.8744	2.4344	0.8362	2.4874
61	1.0031	2.2674	0.9649	2.3180	0.9269	2.3690	0.8890	2.4206	0.8513	2.4726
62	1.0157	2.2573	0.9781	2.3068	0.9406	2.3569	0.9032	2.4074	0.8660	2.4584
63	1.0280	2.2476	0.9910	2.2961	0.9539	2.3452	0.9170	2.3947	0.8803	2.4447
64	1.0400	2.2383	1.0035	2.2858	0.9669	2.3340	0.9305	2.3826	0.8943	2.4316
65	1.0517	2.2293	1.0156	2.2760	0.9796	2.3232	0.9437	2.3708	0.9079	2.4189
66	1.0630	2.2207	1.0274	2.2665	0.9919	2.3128	0.9565	2.3595	0.9211	2.4068
67	1.0740	2.2125	1.0390	2.2574	1.0039	2.3028	0.9689	2.3487	0.9340	2.3950
68	1.0848	2.2045	1.0502	2.2486	1.0156	2.2932	0.9811	2.3382	0.9466	2.3837
69	1.0952	2.1969	1.0612	2.2401	1.0270	2.2839	0.9930	2.3281	0.9589	2.3728
70	1.1054	2.1895	1.0718	2.2320	1.0382	2.2750	1.0045	2.3184	0.9709	2.3623
71	1.1154	2.1824	1.0822	2.2241	1.0490	2.2663	1.0158	2.3090	0.9826	2.3522
72	1.1251	2.1756	1.0924	2.2166	1.0596	2.2580	1.0268	2.3000	0.9940	2.3424
73	1.1346	2.1690	1.1023	2.2093	1.0699	2.2500	1.0375	2.2912	1.0052	2.3329
74	1.1438	2.1626	1.1119	2.2022	1.0800	2.2423	1.0480	2.2828	1.0161	2.3238
75	1.1528	2.1565	1.1214	2.1954	1.0898	2.2348	1.0583	2.2747	1.0267	2.3149
76	1.1616	2.1506	1.1306	2.1888	1.0994	2.2276	1.0683	2.2668	1.0371	2.3064
77	1.1702	2.1449	1.1395	2.1825	1.1088	2.2206	1.0780	2.2591	1.0472	2.2981
78	1.1786	2.1393	1.1483	2.1763	1.1180	2.2138	1.0876	2.2518	1.0571	2.2901
79	1.1868	2.1340	1.1569	2.1704	1.1269	2.2073	1.0969	2.2446	1.0668	2.2824
80	1.1948	2.1288	1.1653	2.1647	1.1357	2.2010	1.1060	2.2377	1.0763	2.2749
81	1.2026	2.1238	1.1735	2.1591	1.1442	2.1949	1.1149	2.2310	1.0856	2.2676
82	1.2103	2.1190	1.1815	2.1537	1.1526	2.1889	1.1236	2.2246	1.0946	2.2606
83	1.2178	2.1143	1.1893	2.1485	1.1608	2.1832	1.1322	2.2183	1.1035	2.2537
84	1.2251	2.1098	1.1970	2.1435	1.1688	2.1776	1.1405	2.2122	1.1122	2.2471
85	1.2323	2.1054	1.2045	2.1386	1.1766	2.1722	1.1487	2.2063	1.1206	2.2407
86	1.2393	2.1011	1.2119	2.1338	1.1843	2.1670	1.1567	2.2005	1.1290	2.2345

Diterbitkan oleh : **Tutorial Penelitian** <http://Tu.LaporanPenelitian.com>

Situs berita sains dan teknologi : **Laporan Penelitian** <http://www.LaporanPenelitian.com>

Situs pencarian jurnal : **Jurnal Penelitian** <http://jurnal.LaporanPenelitian.com>

n	k=16		k=17		k=18		k=19		k=20	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
87	1.2462	2.0970	1.2191	2.1293	1.1918	2.1619	1.1645	2.1950	1.1371	2.2284
88	1.2529	2.0930	1.2261	2.1248	1.1992	2.1570	1.1722	2.1896	1.1451	2.2225
89	1.2595	2.0891	1.2330	2.1205	1.2064	2.1522	1.1797	2.1843	1.1529	2.2168
90	1.2659	2.0853	1.2397	2.1163	1.2134	2.1476	1.1870	2.1793	1.1605	2.2113
91	1.2723	2.0817	1.2464	2.1122	1.2204	2.1431	1.1942	2.1743	1.1680	2.2059
92	1.2785	2.0781	1.2529	2.1082	1.2271	2.1387	1.2013	2.1695	1.1754	2.2007
93	1.2845	2.0747	1.2592	2.1044	1.2338	2.1344	1.2082	2.1648	1.1826	2.1956
94	1.2905	2.0713	1.2654	2.1006	1.2403	2.1303	1.2150	2.1603	1.1897	2.1906
95	1.2963	2.0681	1.2716	2.0970	1.2467	2.1262	1.2217	2.1559	1.1966	2.1858
96	1.3021	2.0649	1.2776	2.0935	1.2529	2.1223	1.2282	2.1515	1.2034	2.1811
97	1.3077	2.0619	1.2834	2.0900	1.2591	2.1185	1.2346	2.1474	1.2100	2.1765
98	1.3132	2.0589	1.2892	2.0867	1.2651	2.1148	1.2409	2.1433	1.2166	2.1721
99	1.3186	2.0560	1.2949	2.0834	1.2710	2.1112	1.2470	2.1393	1.2230	2.1677
100	1.3239	2.0531	1.3004	2.0802	1.2768	2.1077	1.2531	2.1354	1.2293	2.1635
101	1.3291	2.0504	1.3059	2.0772	1.2825	2.1043	1.2590	2.1317	1.2355	2.1594
102	1.3342	2.0477	1.3112	2.0741	1.2881	2.1009	1.2649	2.1280	1.2415	2.1554
103	1.3392	2.0451	1.3165	2.0712	1.2936	2.0977	1.2706	2.1244	1.2475	2.1515
104	1.3442	2.0426	1.3216	2.0684	1.2990	2.0945	1.2762	2.1210	1.2534	2.1477
105	1.3490	2.0401	1.3267	2.0656	1.3043	2.0914	1.2817	2.1175	1.2591	2.1440
106	1.3538	2.0377	1.3317	2.0629	1.3095	2.0884	1.2872	2.1142	1.2648	2.1403
107	1.3585	2.0353	1.3366	2.0602	1.3146	2.0855	1.2925	2.1110	1.2703	2.1368
108	1.3631	2.0330	1.3414	2.0577	1.3196	2.0826	1.2978	2.1078	1.2758	2.1333
109	1.3676	2.0308	1.3461	2.0552	1.3246	2.0798	1.3029	2.1048	1.2811	2.1300
110	1.3720	2.0286	1.3508	2.0527	1.3294	2.0771	1.3080	2.1018	1.2864	2.1267
111	1.3764	2.0265	1.3554	2.0503	1.3342	2.0744	1.3129	2.0988	1.2916	2.1235
112	1.3807	2.0244	1.3599	2.0480	1.3389	2.0718	1.3178	2.0959	1.2967	2.1203
113	1.3849	2.0224	1.3643	2.0457	1.3435	2.0693	1.3227	2.0931	1.3017	2.1173
114	1.3891	2.0204	1.3686	2.0435	1.3481	2.0668	1.3274	2.0904	1.3066	2.1143
115	1.3932	2.0185	1.3729	2.0413	1.3525	2.0644	1.3321	2.0877	1.3115	2.1113
116	1.3972	2.0166	1.3771	2.0392	1.3569	2.0620	1.3366	2.0851	1.3162	2.1085
117	1.4012	2.0148	1.3813	2.0371	1.3613	2.0597	1.3411	2.0826	1.3209	2.1057
118	1.4051	2.0130	1.3854	2.0351	1.3655	2.0575	1.3456	2.0801	1.3256	2.1029
119	1.4089	2.0112	1.3894	2.0331	1.3697	2.0553	1.3500	2.0776	1.3301	2.1002
120	1.4127	2.0095	1.3933	2.0312	1.3739	2.0531	1.3543	2.0752	1.3346	2.0976
121	1.4164	2.0079	1.3972	2.0293	1.3779	2.0510	1.3585	2.0729	1.3390	2.0951
122	1.4201	2.0062	1.4010	2.0275	1.3819	2.0489	1.3627	2.0706	1.3433	2.0926
123	1.4237	2.0046	1.4048	2.0257	1.3858	2.0469	1.3668	2.0684	1.3476	2.0901
124	1.4272	2.0031	1.4085	2.0239	1.3897	2.0449	1.3708	2.0662	1.3518	2.0877
125	1.4307	2.0016	1.4122	2.0222	1.3936	2.0430	1.3748	2.0641	1.3560	2.0854
126	1.4342	2.0001	1.4158	2.0205	1.3973	2.0411	1.3787	2.0620	1.3600	2.0831
127	1.4376	1.9986	1.4194	2.0188	1.4010	2.0393	1.3826	2.0599	1.3641	2.0808
128	1.4409	1.9972	1.4229	2.0172	1.4047	2.0374	1.3864	2.0579	1.3680	2.0786
129	1.4442	1.9958	1.4263	2.0156	1.4083	2.0357	1.3902	2.0559	1.3719	2.0764
130	1.4475	1.9944	1.4297	2.0141	1.4118	2.0339	1.3939	2.0540	1.3758	2.0743
131	1.4507	1.9931	1.4331	2.0126	1.4153	2.0322	1.3975	2.0521	1.3796	2.0722
132	1.4539	1.9918	1.4364	2.0111	1.4188	2.0306	1.4011	2.0503	1.3833	2.0702
133	1.4570	1.9905	1.4397	2.0096	1.4222	2.0289	1.4046	2.0485	1.3870	2.0682
134	1.4601	1.9893	1.4429	2.0082	1.4255	2.0273	1.4081	2.0467	1.3906	2.0662
135	1.4631	1.9880	1.4460	2.0068	1.4289	2.0258	1.4116	2.0450	1.3942	2.0643
136	1.4661	1.9868	1.4492	2.0054	1.4321	2.0243	1.4150	2.0433	1.3978	2.0624
137	1.4691	1.9857	1.4523	2.0041	1.4353	2.0227	1.4183	2.0416	1.4012	2.0606
138	1.4720	1.9845	1.4553	2.0028	1.4385	2.0213	1.4216	2.0399	1.4047	2.0588
139	1.4748	1.9834	1.4583	2.0015	1.4416	2.0198	1.4249	2.0383	1.4081	2.0570
140	1.4777	1.9823	1.4613	2.0002	1.4447	2.0184	1.4281	2.0368	1.4114	2.0553
141	1.4805	1.9812	1.4642	1.9990	1.4478	2.0170	1.4313	2.0352	1.4147	2.0536
142	1.4832	1.9801	1.4671	1.9978	1.4508	2.0156	1.4344	2.0337	1.4180	2.0519
143	1.4860	1.9791	1.4699	1.9966	1.4538	2.0143	1.4375	2.0322	1.4212	2.0503
144	1.4887	1.9781	1.4727	1.9954	1.4567	2.0130	1.4406	2.0307	1.4244	2.0486
145	1.4913	1.9771	1.4755	1.9943	1.4596	2.0117	1.4436	2.0293	1.4275	2.0471
146	1.4939	1.9761	1.4782	1.9932	1.4625	2.0105	1.4466	2.0279	1.4306	2.0455
147	1.4965	1.9751	1.4809	1.9921	1.4653	2.0092	1.4495	2.0265	1.4337	2.0440
148	1.4991	1.9742	1.4836	1.9910	1.4681	2.0080	1.4524	2.0252	1.4367	2.0425
149	1.5016	1.9733	1.4862	1.9900	1.4708	2.0068	1.4553	2.0238	1.4396	2.0410
150	1.5041	1.9724	1.4889	1.9889	1.4735	2.0056	1.4581	2.0225	1.4426	2.0396
151	1.5066	1.9715	1.4914	1.9879	1.4762	2.0045	1.4609	2.0212	1.4455	2.0381
152	1.5090	1.9706	1.4940	1.9869	1.4788	2.0034	1.4636	2.0200	1.4484	2.0367

Diterbitkan oleh : Tutorial Penelitian <http://Tu.LaporanPenelitian.com>

Situs berita sains dan teknologi : Laporan Penelitian <http://www.LaporanPenelitian.com>

Situs pencarian jurnal : Jurnal Penelitian <http://jurnal.LaporanPenelitian.com>

n	k=16		k=17		k=18		k=19		k=20	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
153	1.5114	1.9698	1.4965	1.9859	1.4815	2.0022	1.4664	2.0187	1.4512	2.0354
154	1.5138	1.9689	1.4990	1.9850	1.4841	2.0012	1.4691	2.0175	1.4540	2.0340
155	1.5161	1.9681	1.5014	1.9840	1.4866	2.0001	1.4717	2.0163	1.4567	2.0327
156	1.5184	1.9673	1.5038	1.9831	1.4891	1.9990	1.4743	2.0151	1.4595	2.0314
157	1.5207	1.9665	1.5062	1.9822	1.4916	1.9980	1.4769	2.0140	1.4622	2.0301
158	1.5230	1.9657	1.5086	1.9813	1.4941	1.9970	1.4795	2.0129	1.4648	2.0289
159	1.5252	1.9650	1.5109	1.9804	1.4965	1.9960	1.4820	2.0117	1.4675	2.0276
160	1.5274	1.9642	1.5132	1.9795	1.4989	1.9950	1.4845	2.0106	1.4701	2.0264
161	1.5296	1.9635	1.5155	1.9787	1.5013	1.9941	1.4870	2.0096	1.4726	2.0252
162	1.5318	1.9628	1.5178	1.9779	1.5037	1.9931	1.4894	2.0085	1.4752	2.0241
163	1.5339	1.9621	1.5200	1.9771	1.5060	1.9922	1.4919	2.0075	1.4777	2.0229
164	1.5360	1.9614	1.5222	1.9762	1.5083	1.9913	1.4943	2.0064	1.4802	2.0218
165	1.5381	1.9607	1.5244	1.9755	1.5105	1.9904	1.4966	2.0054	1.4826	2.0206
166	1.5402	1.9600	1.5265	1.9747	1.5128	1.9895	1.4990	2.0045	1.4851	2.0195
167	1.5422	1.9594	1.5287	1.9739	1.5150	1.9886	1.5013	2.0035	1.4875	2.0185
168	1.5443	1.9587	1.5308	1.9732	1.5172	1.9878	1.5036	2.0025	1.4898	2.0174
169	1.5463	1.9581	1.5329	1.9724	1.5194	1.9869	1.5058	2.0016	1.4922	2.0164
170	1.5482	1.9574	1.5349	1.9717	1.5215	1.9861	1.5080	2.0007	1.4945	2.0153
171	1.5502	1.9568	1.5370	1.9710	1.5236	1.9853	1.5102	1.9997	1.4968	2.0143
172	1.5521	1.9562	1.5390	1.9703	1.5257	1.9845	1.5124	1.9988	1.4991	2.0133
173	1.5540	1.9556	1.5410	1.9696	1.5278	1.9837	1.5146	1.9980	1.5013	2.0123
174	1.5559	1.9551	1.5429	1.9689	1.5299	1.9830	1.5167	1.9971	1.5035	2.0114
175	1.5578	1.9545	1.5449	1.9683	1.5319	1.9822	1.5189	1.9962	1.5057	2.0104
176	1.5597	1.9539	1.5468	1.9676	1.5339	1.9815	1.5209	1.9954	1.5079	2.0095
177	1.5615	1.9534	1.5487	1.9670	1.5359	1.9807	1.5230	1.9946	1.5100	2.0086
178	1.5633	1.9528	1.5506	1.9664	1.5379	1.9800	1.5251	1.9938	1.5122	2.0076
179	1.5651	1.9523	1.5525	1.9657	1.5398	1.9793	1.5271	1.9930	1.5143	2.0068
180	1.5669	1.9518	1.5544	1.9651	1.5418	1.9786	1.5291	1.9922	1.5164	2.0059
181	1.5687	1.9513	1.5562	1.9645	1.5437	1.9779	1.5311	1.9914	1.5184	2.0050
182	1.5704	1.9507	1.5580	1.9639	1.5456	1.9772	1.5330	1.9906	1.5205	2.0042
183	1.5721	1.9503	1.5598	1.9633	1.5474	1.9766	1.5350	1.9899	1.5225	2.0033
184	1.5738	1.9498	1.5616	1.9628	1.5493	1.9759	1.5369	1.9891	1.5245	2.0025
185	1.5755	1.9493	1.5634	1.9622	1.5511	1.9753	1.5388	1.9884	1.5265	2.0017
186	1.5772	1.9488	1.5651	1.9617	1.5529	1.9746	1.5407	1.9877	1.5284	2.0009
187	1.5788	1.9483	1.5668	1.9611	1.5547	1.9740	1.5426	1.9870	1.5304	2.0001
188	1.5805	1.9479	1.5685	1.9606	1.5565	1.9734	1.5444	1.9863	1.5323	1.9993
189	1.5821	1.9474	1.5702	1.9600	1.5583	1.9728	1.5463	1.9856	1.5342	1.9985
190	1.5837	1.9470	1.5719	1.9595	1.5600	1.9722	1.5481	1.9849	1.5361	1.9978
191	1.5853	1.9465	1.5736	1.9590	1.5618	1.9716	1.5499	1.9842	1.5379	1.9970
192	1.5869	1.9461	1.5752	1.9585	1.5635	1.9710	1.5517	1.9836	1.5398	1.9963
193	1.5885	1.9457	1.5768	1.9580	1.5652	1.9704	1.5534	1.9829	1.5416	1.9956
194	1.5900	1.9453	1.5785	1.9575	1.5668	1.9699	1.5551	1.9823	1.5434	1.9948
195	1.5915	1.9449	1.5801	1.9570	1.5685	1.9693	1.5569	1.9817	1.5452	1.9941
196	1.5931	1.9445	1.5816	1.9566	1.5701	1.9688	1.5586	1.9810	1.5470	1.9934
197	1.5946	1.9441	1.5832	1.9561	1.5718	1.9682	1.5603	1.9804	1.5487	1.9928
198	1.5961	1.9437	1.5848	1.9556	1.5734	1.9677	1.5620	1.9798	1.5505	1.9921
199	1.5975	1.9433	1.5863	1.9552	1.5750	1.9672	1.5636	1.9792	1.5522	1.9914
200	1.5990	1.9429	1.5878	1.9547	1.5766	1.9667	1.5653	1.9787	1.5539	1.9908

Diterbitkan oleh : **Tutorial Penelitian** <http://Tu.LaporanPenelitian.com>

Situs berita sains dan teknologi : **Laporan Penelitian** <http://www.LaporanPenelitian.com>

Situs pencarian jurnal : **Jurnal Penelitian** <http://jurnal.LaporanPenelitian.com>

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung