

LAMPIRAN 1



Petunjuk : Mohon dijawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda silang (X) dimuka jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan keadaan anda.

DAFTAR PERTANYAAN

I. Identitas responden

1. Nama :
2. Alamat :
.....
3. Jenis kelamin
 - a. Wanita
 - b. Laki-laki
4. Usia anda :
 - a. 13 - 20 th
 - b. 21 - 40 th
 - c. 40 th ke atas
5. Pekerjaan :
 - a. Pegawai negeri
 - b. Pegawai swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Pelajar / mahasiswa
 - e. Lain-lain
6. Penghasilan per bulan
 - a. Kurang dari Rp. 200.000,-
 - b. Rp. 200.000,- - Rp. 299.999,-

c. Rp. 300.000,- - Rp. 399.999,-

d. Rp. 400.000,- - Rp. 499.999,-

e. Lebih dari Rp. 500.000,-

7. Jarak tempat tinggal anda ke "Christian Hair Beauty Salon" ?

a. Dekat (kurang 1 km)

b. Sedang (antara 1 s/d 2 km)

c. Jauh (lebih dari 2 km)

KUESIONER

8. Dari manakah anda mengetahui "Christian Hair & Beauty Salon" ?

a. Teman/tetangga/saudara

b. Iklan di majalah

c. Iklan di surat kabar

d. Blosur/selebaran-selebaran

e. Lain-lain

9. Faktor-faktor atau alasan-alasan apakah yang mendorong anda untuk pergi ke "Christian Hair & Beauty Salon" ?

a. Untuk menjaga penampilan

b. Untuk memelihara dan merawat kulit wajah dan rambut

c. Untuk konsultasi mengenai perawatan kulit wajah dan rambut

d. untuk mengisi waktu luang

10. Bagaimana pendapat anda tentang promosi yang dilakukan oleh "Christian Hair & Beauty Salon" ?
- a. Sangat bagus c. Tidak bagus
b. Bagus d. Sangat tidak bagus
11. Menurut anda apakah tarif yang ditetapkan sesuai dengan hasil yang diberikan ?
- a. Sangat sesuai c. Tidak sesuai
b. Sesuai d. Sangat tidak sesuai
12. Lokasi yang strategis, nyaman dan aman apakah menyebabkan anda untuk menjadi pelanggan tetap "Christian Hair & Beauty Salon" ?
- a. Sangat strategis c. Tidak strategis
b. Strategis d. Sangat tidak strategis
13. Bagaimana menurut anda mengenai pelayanan yang diberikan oleh "Christian Hair & Beauty Salon" ?
- a. Sangat baik c. Tidak baik
b. Baik d. Sangat tidak baik
14. Bagaimana menurut anda fasilitas parkir yang disediakan oleh "Christian Hair & Beauty Salon" ?
- a. Sangat memuaskan c. Tidak memuaskan
b. Memuaskan d. Sangat tidak memuaskan
15. Berapa kali dalam satu bulan anda pergi ke "Christian Hair & Beauty Salon" ?
- a. 1 - 2 kali c. Lebih dari 4 kali
b. 3 - 4 kali

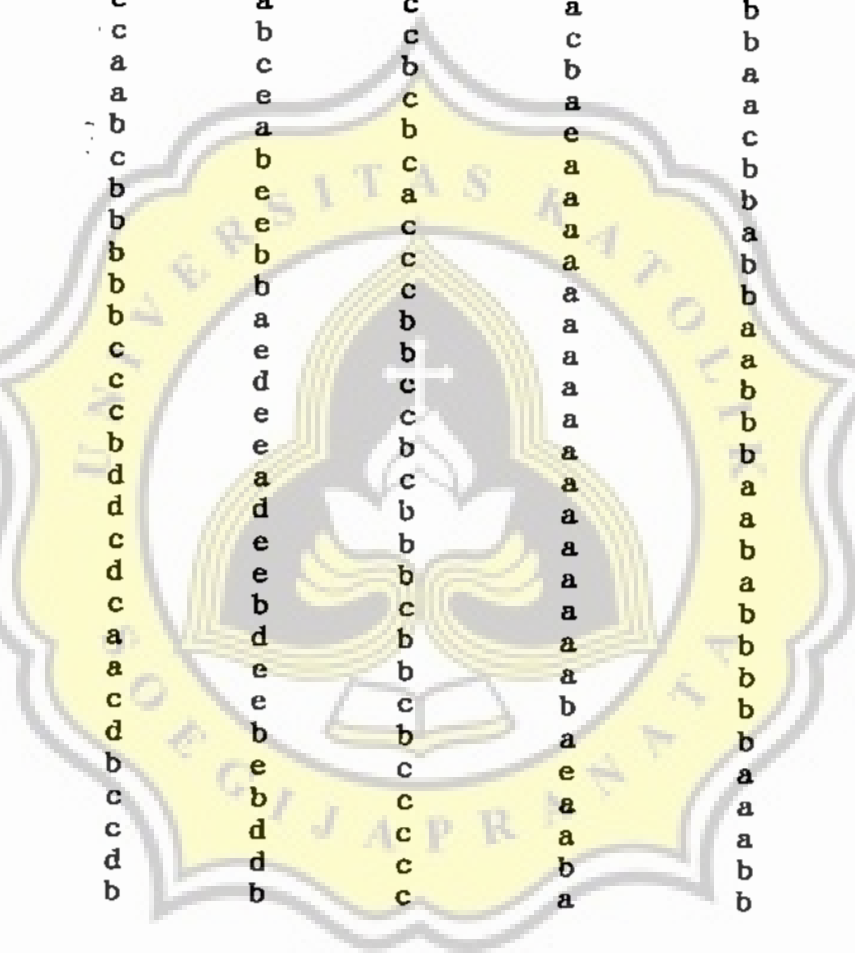
LAMPIRAN 2



DATA MENTAH MENGENAI IDENTITAS RESPONDEN

	Jns klm	Usia	Pkrjn	Penghs1	Jarak t.t	Pengenalan Salon	Alasan Responden	Promosi	Frek dtg
1.	L	b	b	a	a	c	b	a	a
2.	W	b	a	b	c	a	d	c	c
3.	W	c	e	a	c	a	a	a	a
4.	L	a	b	a	b	c	b	b	a
5.	L	a	a	e	b	e	a	b	c
6.	W	b	d	c	b	c	c	b	b
7.	W	c	b	c	b	d	a	b	b
8.	L	c	b	c	a	a	a	b	c
9.	W	c	b	c	a	a	b	a	b
10.	W	a	d	b	a	a	b	b	a
11.	L	b	c	b	b	a	b	b	a
12.	L	b	a	e	b	a	b	b	a
13.	L	b	c	e	b	a	b	b	c
14.	W	b	a	e	b	a	a	a	a
15.	W	b	b	c	b	a	a	a	b
16.	W	b	d	c	b	a	b	a	b
17.	W	a	b	c	b	a	a	b	b
18.	L	a	b	c	b	c	b	b	a
19.	L	b	b	c	b	a	a	b	a
20.	W	b	c	e	b	a	b	b	c
21.	L	b	c	e	c	a	b	b	c
22.	W	b	c	e	c	a	b	d	b
23.	W	b	b	a	c	a	a	c	a
24.	W	c	a	a	c	a	a	b	a
25.	W	c	c	a	b	b	a	b	b
26.	W	b	c	c	b	e	b	b	a
27.	W	a	c	c	b	e	c	b	c
28.	W	a	b	c	a	a	b	b	c
29.	L	a	b	a	a	a	b	b	a
30.	L	b	b	a	a	a	b	b	a
31.	W	b	b	e	c	c	a	b	b
32.	W	b	a	e	b	a	a	b	a
33.	W	c	b	e	b	c	a	b	a
34.	W	c	c	e	b	a	a	a	a
35.	W	b	c	e	b	c	b	a	c
36.	W	b	d	a	c	a	b	a	b
37.	L	b	d	b	c	a	b	a	b
38.	L	c	b	e	c	a	b	b	b
39.	L	b	b	b	b	a	a	b	b
40.	W	c	b	e	b	a	b	b	a
41.	W	b	c	e	b	a	a	b	a
42.	W	b	c	e	b	a	d	b	b
43.	W	b	e	e	b	a	b	c	c
44.	W	b	a	e	b	c	a	b	a
45.	L	c	a	d	c	a	a	b	c
46.	L	c	a	d	c	a	a	b	a
47.	W	a	b	d	b	e	c	a	a
48.	W	b	b	a	b	d	a	a	b
49.	W	b	c	b	a	c	b	b	b

50.	L	c	c	b	a	a	b	a	b
51.	W	b	c	b	c	a	d	a	a
52.	L	b	c	b	c	c	a	a	b
53.	W	a	c	a	b	a	d	a	b
54.	W	b	c	b	c	a	c	a	b
55.	L	b	c	b	c	a	c	a	b
56.	L	b	c	b	c	a	c	a	b
57.	W	c	d	c	b	a	c	a	a
58.	W	c	c	b	b	a	c	a	b
59.	L	b	c	b	b	a	c	a	b
60.	L	b	b	b	b	a	c	a	b
61.	L	b	c	b	b	a	c	a	b
62.	W	b	c	b	a	e	c	b	a
63.	W	b	c	b	b	e	c	a	b
64.	L	b	a	b	e	e	c	a	a
65.	W	b	b	b	e	e	c	a	a
66.	L	b	b	b	b	e	c	a	a
67.	L	b	b	b	a	e	c	a	a
68.	W	b	b	b	e	e	c	a	a
69.	W	b	b	b	e	e	c	a	a
70.	W	b	b	b	a	e	c	a	a
71.	W	b	b	b	e	e	c	a	a
72.	W	b	b	b	e	e	c	a	a
73.	W	b	b	b	a	e	c	a	a
74.	L	b	c	b	e	e	c	a	a
75.	L	b	c	b	e	e	c	a	a
76.	L	b	b	c	e	e	c	a	a
77.	W	c	d	c	a	e	b	a	a
78.	W	c	d	c	a	e	b	a	a
79.	W	b	d	c	a	e	b	a	a
80.	W	b	d	c	a	e	b	a	a
81.	W	b	d	c	a	e	b	a	a
82.	L	b	c	a	c	d	b	e	a
83.	L	b	c	a	c	d	b	e	a
84.	L	b	c	a	c	d	b	e	a
85.	W	c	d	b	c	d	b	e	a
86.	L	c	d	b	c	d	b	e	a
87.	W	c	d	b	c	d	b	e	a
88.	W	c	d	b	c	d	b	e	a
89.	L	b	b	b	b	b	b	b	b
90.	L	b	b	b	b	b	b	b	b



LAMPIRAN 3



RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

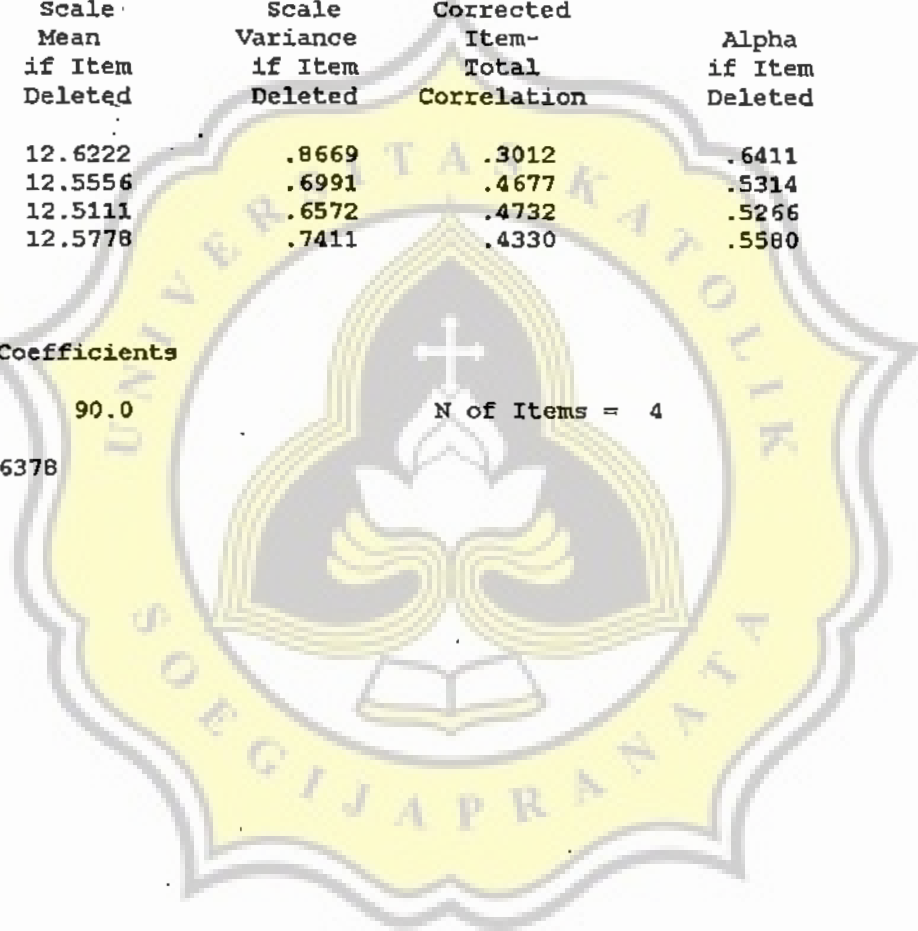
		Mean	Std Dev	Cases
1.	X1	4.1333	.3418	90.0
2.	X2	4.2000	.4022	90.0
3.	X3	4.2444	.4322	90.0
4.	X4	4.1778	.3845	90.0

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
X1	12.6222	.8669	.3012	.6411
X2	12.5556	.6991	.4677	.5314
X3	12.5111	.6572	.4732	.5266
X4	12.5778	.7411	.4330	.5580

Reliability Coefficients

N of Cases = 90.0 N of Items = 4
 Alpha = .6378



	x1	x2	x3	x4
1	4.00	3.00	3.00	4.00
2	4.00	3.00	2.00	3.00
3	3.00	3.00	3.00	2.00
4	3.00	3.00	1.00	1.00
5	2.00	2.00	3.00	3.00
6	4.00	3.00	2.00	3.00
7	4.00	3.00	3.00	3.00
8	2.00	2.00	4.00	3.00
9	4.00	3.00	4.00	2.00
10	1.00	3.00	2.00	3.00
11	2.00	3.00	3.00	3.00
12	3.00	2.00	4.00	3.00
13	3.00	3.00	3.00	2.00
14	2.00	1.00	2.00	3.00
15	1.00	4.00	3.00	4.00
16	4.00	3.00	2.00	4.00
17	3.00	3.00	3.00	4.00
18	3.00	3.00	3.00	3.00
19	1.00	2.00	4.00	2.00
20	3.00	3.00	2.00	3.00
21	4.00	4.00	3.00	4.00
22	4.00	4.00	3.00	4.00
23	2.00	1.00	4.00	3.00
24	2.00	3.00	4.00	2.00
25	2.00	3.00	4.00	4.00
26	3.00	3.00	4.00	4.00
27	4.00	4.00	2.00	3.00
28	4.00	4.00	3.00	3.00
29	4.00	1.00	4.00	3.00
30	3.00	2.00	3.00	3.00
31	3.00	2.00	3.00	3.00
32	3.00	3.00	3.00	3.00
33	4.00	1.00	4.00	4.00
34	4.00	3.00	4.00	4.00

	x1	x2	x3	x4
35	4.00	3.00	4.00	4.00
36	1.00	3.00	4.00	3.00
37	4.00	3.00	4.00	3.00
38	4.00	4.00	2.00	2.00
39	3.00	4.00	4.00	4.00
40	3.00	4.00	4.00	4.00
41	3.00	3.00	3.00	4.00
42	3.00	3.00	3.00	2.00
43	4.00	3.00	4.00	3.00
44	4.00	4.00	4.00	3.00
45	4.00	2.00	4.00	4.00
46	3.00	3.00	4.00	4.00
47	4.00	3.00	4.00	3.00
48	4.00	4.00	3.00	2.00
49	3.00	3.00	4.00	3.00
50	3.00	2.00	3.00	4.00
51	2.00	3.00	3.00	3.00
52	4.00	2.00	3.00	4.00
53	3.00	4.00	4.00	4.00
54	2.00	4.00	4.00	3.00
55	3.00	4.00	4.00	3.00
56	3.00	4.00	4.00	3.00
57	4.00	3.00	4.00	3.00
58	4.00	2.00	4.00	3.00
59	3.00	3.00	3.00	4.00
60	3.00	3.00	1.00	4.00
61	3.00	3.00	3.00	4.00
62	4.00	4.00	4.00	4.00
63	4.00	3.00	4.00	3.00
64	4.00	3.00	4.00	3.00
65	3.00	3.00	4.00	3.00
66	3.00	3.00	4.00	4.00
67	3.00	4.00	4.00	3.00
68	3.00	4.00	3.00	3.00

	x1	x2	x3	x4
69	3.00	3.00	3.00	1.00
70	4.00	3.00	3.00	3.00
71	4.00	4.00	4.00	3.00
72	3.00	4.00	3.00	4.00
73	3.00	3.00	4.00	4.00
74	3.00	3.00	4.00	3.00
75	3.00	3.00	4.00	3.00
76	3.00	3.00	3.00	3.00
77	2.00	4.00	4.00	4.00
78	3.00	4.00	4.00	3.00
79	3.00	3.00	3.00	3.00
80	2.00	3.00	4.00	1.00
81	4.00	3.00	4.00	4.00
82	3.00	3.00	4.00	3.00
83	3.00	3.00	3.00	3.00
84	3.00	4.00	3.00	3.00
85	3.00	4.00	4.00	3.00
86	2.00	3.00	4.00	1.00
87	3.00	4.00	4.00	4.00
88	3.00	3.00	1.00	4.00
89	3.00	3.00	3.00	4.00
90	3.00	4.00	3.00	4.00

LAMPIRAN 4



HUBUNGAN ANTARA TANGGAPAN KONSUMEN ATAS TARIF
DENGAN FREKWENSI KEDATANGAN PELANGGAN DI
"CHRISTIAN HAIR & BEAUTY SALON"

Frek datang Tanggapan	1-2 kali	3-4 kali	>4 kali	jumlah
Sangat seşuai	12	15	3	30
Sesuai	14	21	9	44
Tidak sesuai / S.t. seşuai	7	6	3	16
Jumlah	33	42	15	90

Sumber : data primer yang diolah

Expected frekwensi pada tabel diperoleh dengan cara:

$$E_{1.1} = \frac{33 \times 30}{90} = 11 \qquad E_{2.3} = \frac{15 \times 44}{90} = 7,33$$

$$E_{1.2} = \frac{42 \times 30}{90} = 14 \qquad E_{3.1} = \frac{33 \times 16}{90} = 5,87$$

$$E_{1.3} = \frac{15 \times 30}{90} = 5 \qquad E_{3.2} = \frac{42 \times 16}{90} = 7,47$$

$$E_{2.1} = \frac{33 \times 44}{90} = 16,13 \qquad E_{3.3} = \frac{15 \times 16}{90} = 2,67$$

$$E_{2.2} = \frac{42 \times 44}{90} = 20,53$$

χ^2 diperoleh dengan cara :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

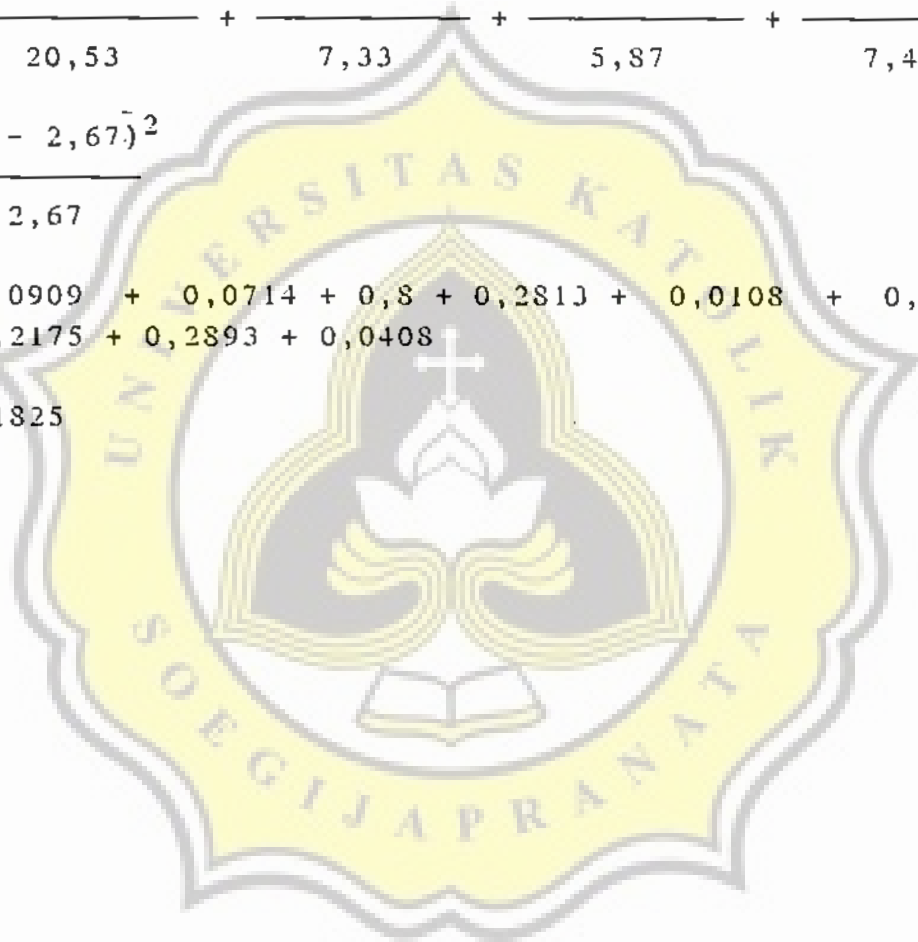
$$\chi^2 = \frac{(12 - 11)^2}{11} + \frac{(15 - 14)^2}{14} + \frac{(3 - 5)^2}{5} + \frac{(14 - 16,13)^2}{16,13} +$$

$$\frac{(21 - 20,53)^2}{20,53} + \frac{(9 - 7,33)^2}{7,33} + \frac{(7 - 5,87)^2}{5,87} + \frac{(6 - 7,47)^2}{7,47} +$$

$$\frac{(3 - 2,67)^2}{2,67}$$

$$= 0,0909 + 0,0714 + 0,8 + 0,2813 + 0,0108 + 0,3805 +$$
$$0,2175 + 0,2893 + 0,0408$$

$$= 2,1825$$



HUBUNGAN ANTARA TANGGAPAN KONSUMEN ATAS LOKASI
DENGAN FREKWENSI KEDATANGAN PELANGGAN DI
"CHRISTIAN HAIR & BEAUTY SALON"

Frek datang \ Tanggapan	1-2 kali	3-4 kali	>4 kali	jumlah
Sangat strategis	8	12	5	25
Strategis	18	23	10	51
Tidak strategis/ S.t. strategis	7	7	0	14
Jumlah	33	42	15	90

Sumber : data primer yang diolah

Expected frekwensi pada tabel diperoleh dengan cara:

$$E_{1.1} = \frac{33 \times 25}{90} = 9,17 \qquad E_{2.3} = \frac{15 \times 51}{90} = 8,5$$

$$E_{1.2} = \frac{42 \times 25}{90} = 11,67 \qquad E_{3.1} = \frac{33 \times 14}{90} = 5,13$$

$$E_{1.3} = \frac{15 \times 25}{90} = 4,17 \qquad E_{3.2} = \frac{42 \times 14}{90} = 6,53$$

$$E_{2.1} = \frac{33 \times 51}{90} = 18,7 \qquad E_{3.3} = \frac{15 \times 14}{90} = 2,33$$

$$E_{2.2} = \frac{42 \times 51}{90} = 23,8$$

χ^2 diperoleh dengan cara :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

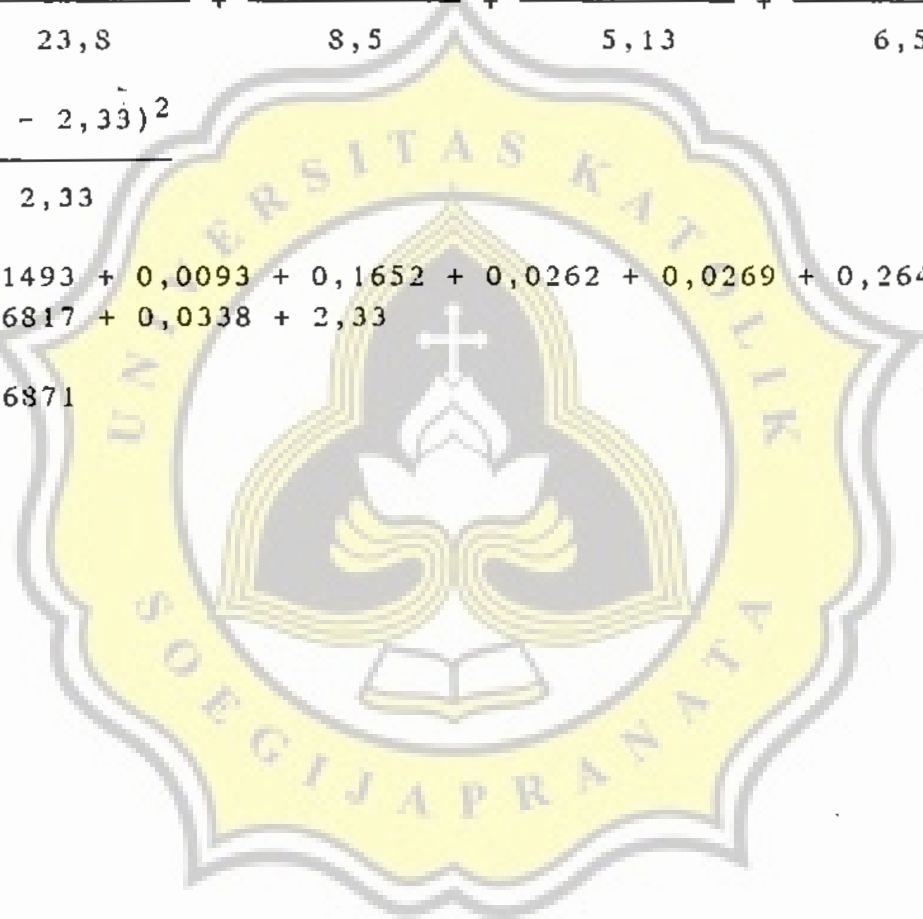
$$\chi^2 = \frac{(8 - 9,17)^2}{9,17} + \frac{(12 - 11,67)^2}{11,67} + \frac{(5 - 4,17)^2}{4,17} + \frac{(18 - 18,7)^2}{18,7} +$$

$$\frac{(23 - 23,8)^2}{23,8} + \frac{(10 - 8,5)^2}{8,5} + \frac{(7 - 5,13)^2}{5,13} + \frac{(7 - 6,53)^2}{6,53} +$$

$$\frac{(0 - 2,33)^2}{2,33}$$

$$= 0,1493 + 0,0093 + 0,1652 + 0,0262 + 0,0269 + 0,2647 +$$
$$0,6817 + 0,0338 + 2,33$$

$$= 3,6871$$



HUBUNGAN ANTARA TANGGAPAN KONSUMEN ATAS PELAYANAN
DENGAN FREKWENSI KEDATANGAN PELANGGAN DI
"CHRISTIAN HAIR & BEAUTY SALON"

Frek datang	1-2 kali	3-4 kali	>4 kali	jumlah
Tanggapan				
Sangat baik	11	25	9	45
Baik	13	15	6	34
Tidak baik / S.t. baik	9	2	0	11
Jumlah	33	42	15	90

Sumber : data primer yang diolah

Expected frekwensi pada tabel diperoleh dengan cara:

$$E_{1.1} = \frac{33 \times 45}{90} = 16,5 \qquad E_{2.3} = \frac{15 \times 37}{90} = 6,17$$

$$E_{1.2} = \frac{42 \times 45}{90} = 21 \qquad E_{3.1} = \frac{33 \times 11}{90} = 4,03$$

$$E_{1.3} = \frac{15 \times 45}{90} = 7,5 \qquad E_{3.2} = \frac{42 \times 11}{90} = 5,13$$

$$E_{2.1} = \frac{33 \times 37}{90} = 13,57 \qquad E_{3.3} = \frac{15 \times 11}{90} = 1,83$$

$$E_{2.2} = \frac{42 \times 37}{90} = 17,27$$

HUBUNGAN ANTARA TANGGAPAN KONSUMEN ATAS FASILITAS
PARKIR DENGAN FREKWENSI KEDATANGAN PELANGGAN DI
"CHRISTIAN HAIR & BEAUTY SALON"

Frek datang \ Tanggapan	1-2 kali	3-4 kali	>4 kali	jumlah
Sangat Memuaskan	10	17	5	32
Memuaskan	18	22	8	46
Tidak memuaskan/ S.t. memuaskan	5	3	2	12
Jumlah	33	42	15	90

Sumber : data primer yang diolah

Expected frekwensi pada tabel diperoleh dengan cara:

$$E_{1.1} = \frac{33 \times 32}{90} = 11,73 \qquad E_{2.3} = \frac{15 \times 46}{90} = 7,67$$

$$E_{1.2} = \frac{42 \times 32}{90} = 14,93 \qquad E_{3.1} = \frac{33 \times 12}{90} = 4,4$$

$$E_{1.3} = \frac{15 \times 33}{90} = 5,33 \qquad E_{3.2} = \frac{42 \times 12}{90} = 5,6$$

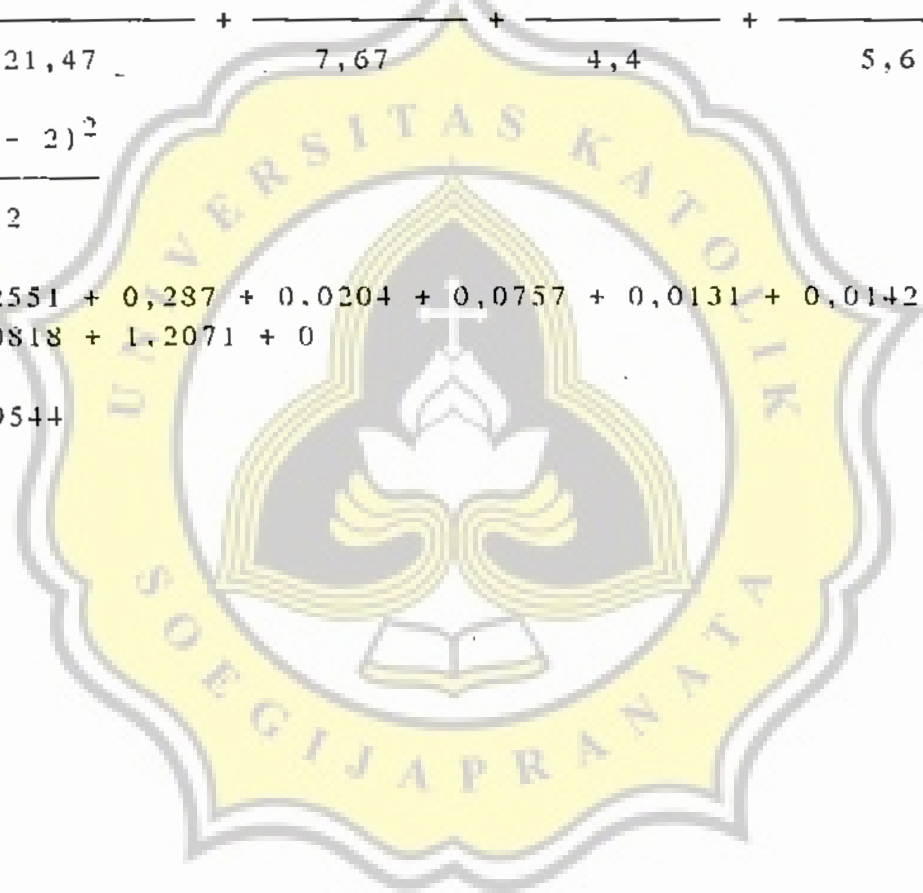
$$E_{2.1} = \frac{33 \times 46}{90} = 16,87 \qquad E_{3.3} = \frac{15 \times 12}{90} = 2$$

$$E_{2.2} = \frac{42 \times 46}{90} = 21,47$$

χ^2 diperoleh dengan cara :

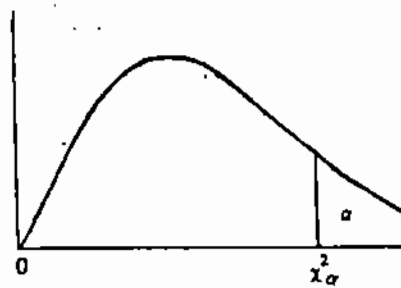
$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

$$\begin{aligned}\chi^2 &= \frac{(10 - 11,73)^2}{11,73} + \frac{(17 - 14,93)^2}{14,93} + \frac{(5 - 5,33)^2}{5,33} + \frac{(18 - 16,87)^2}{16,87} + \\ &\frac{(22 - 21,47)^2}{21,47} + \frac{(8 - 7,67)^2}{7,67} + \frac{(5 - 4,4)^2}{4,4} + \frac{(3 - 5,6)^2}{5,6} + \\ &\frac{(2 - 2)^2}{2} \\ &= 0,2551 + 0,287 + 0,0204 + 0,0757 + 0,0131 + 0,0142 + \\ &0,0818 + 1,2071 + 0 \\ &= 1,9544\end{aligned}$$



LAMPIRAN 5





TABEL VI
TABEL DISTRIBUSI NILAI CHI-SQUARE

d.f.	$\chi^2_{.995}$	$\chi^2_{.99}$	$\chi^2_{.975}$	$\chi^2_{.95}$	$\chi^2_{.95}$	$\chi^2_{.025}$	$\chi^2_{.01}$	$\chi^2_{.005}$
1	.0000393	.000157	.000982	.00393	3.841	5.024	6.635	7.879
2	.0100	.0201	.0506	.103	5.991	7.378	9.210	10.597
3	.0717	.115	.216	.352	7.815	9.348	11.345	12.838
4	.207	.297	.484	.711	9.488	11.143	13.277	14.860
5	.412	.554	.831	1.145	11.070	12.832	15.086	16.750
6	.676	.872	1.237	1.635	12.592	14.449	16.812	18.548
7	.989	1.237	1.690	2.167	14.067	16.013	18.475	20.278
8	1.344	1.646	2.180	2.733	15.507	17.535	20.090	21.955
9	1.735	2.088	2.700	3.325	16.919	19.023	21.666	23.589
10	2.156	2.558	3.247	3.940	18.307	20.483	23.209	25.188
11	2.603	3.053	3.816	4.575	19.675	21.920	24.725	26.757
12	3.074	3.571	4.404	5.226	21.026	23.337	26.217	28.300
13	3.565	4.107	5.009	5.892	22.362	24.736	27.688	29.819
14	4.075	4.660	5.629	6.571	23.685	26.119	29.141	31.319
15	4.601	5.229	6.262	7.261	24.996	27.488	30.578	32.801
16	5.142	5.812	6.908	7.962	26.296	28.845	32.000	34.267
17	5.697	6.408	7.564	8.672	27.587	30.191	33.409	35.718
18	6.265	7.015	8.231	9.390	28.869	31.526	34.805	37.156
19	6.844	7.633	8.907	10.117	30.141	32.852	36.191	38.582
20	7.434	8.260	9.591	10.851	31.410	34.170	37.566	39.997
21	8.034	8.897	10.283	11.591	32.671	35.479	38.932	41.401
22	8.643	9.542	10.982	12.338	33.924	36.781	40.289	42.796
23	9.260	10.196	11.689	13.091	35.172	38.172	41.638	44.181
24	9.886	10.856	12.401	13.848	36.415	39.364	42.980	45.558
25	10.520	11.524	13.120	14.611	37.652	40.646	44.314	46.928
26	11.160	12.198	13.844	15.379	38.885	41.923	45.642	48.290
27	11.808	12.879	14.573	16.151	40.113	43.194	46.963	49.643
28	12.461	13.565	15.308	16.928	41.337	44.461	48.278	50.993
29	13.121	14.256	16.047	17.708	42.557	45.722	49.588	52.336
30	13.787	14.953	16.791	18.493	43.773	46.979	50.892	53.672

TABEL IV
TABEL NILAI-NILAI

d. b.	Taraf Signifikansi									
	50%	40%	20%	10%	5%	2%	1%	0.5%		
1	1,000	1,376	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	636,691		
2	0,816	1,061	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	31,598		
3	0,765	0,978	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	12,941		
4	0,741	0,941	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	8,610		
5	0,727	0,920	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	6,959		
6	0,718	0,906	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,959		
7	0,711	0,896	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	5,405		
8	0,706	0,889	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	5,041		
9	0,703	0,885	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4,751		
10	0,700	0,879	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,587		
11	0,697	0,876	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,437		
12	0,695	0,873	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	4,318		
13	0,694	0,870	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	4,221		
14	0,692	0,868	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	4,140		
15	0,691	0,866	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	4,073		
16	0,690	0,865	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	4,015		
17	0,689	0,863	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,965		
18	0,688	0,862	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,922		
19	0,688	0,861	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,883		
20	0,687	0,860	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,850		
21	0,686	0,859	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,819		
22	0,686	0,858	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,792		
23	0,685	0,858	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,767		
24	0,685	0,857	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,745		
25	0,684	0,856	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,725		
26	0,684	0,856	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,707		
27	0,684	0,855	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,690		
28	0,683	0,855	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,674		
29	0,683	0,854	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,659		
30	0,683	0,854	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,646		
40	0,681	0,851	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,551		
60	0,679	0,848	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,460		
120	0,677	0,845	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617	3,373		
∞	0,674	0,842	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576	3,291		

TABEL V
TABEL NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT

d. b.	Taraf Signifif		N	Taraf Signifif		N	Taraf Signifif	
	5%	1%		5%	1%			
3	0,997	0,999	26	0,388	0,496	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	27	0,381	0,487	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	28	0,374	0,478	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	29	0,367	0,470	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	30	0,361	0,463	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	31	0,355	0,456	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	32	0,349	0,449	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	33	0,344	0,442	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	34	0,339	0,436	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	35	0,334	0,430	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	36	0,329	0,424	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	37	0,325	0,418	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	38	0,320	0,413	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	39	0,316	0,408	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	40	0,312	0,403	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	41	0,308	0,398	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	42	0,304	0,393	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	43	0,301	0,389			
21	0,433	0,549	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
22	0,423	0,537	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
23	0,413	0,526	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
24	0,404	0,515	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
25	0,396	0,505	48	0,284	0,368			
			49	0,281	0,364	1000	0,062	0,081
			50	0,279	0,361			

LAMPIRAN 6



Christian

HAIR & BEAUTY SALON
AIR CONDITIONED



Christian

**HAIRDRESSING
SCHOOL**

41, JALAN WIJAYA KUSUMA - PHONE 0241 - 26085 - SEMARANG - INDONESIA

SURAT KETERANGAN

Bersama dengan ini kami selaku pemilik "Christian Hair & Beauty Salon" menerangkan bahwa :

Nama : Tan Kian Tek
Pekerjaan : Mahasiswa Fak. Ekonomi
Jurusan Manajemen
Universitas Katolik Soegijapranata
NIM / NIRM : 93.30.1567 / 94.6.111.02016.50420

Yang bersangkutan telah mengadakan Study Riset di tempat kami, guna penyusunan skripsi dengan judul :

"Hubungan Antara Tarif, Lokasi, Pelayanan dan Fasilitas Dengan Frekwensi Kedatangan Pelanggan di "Christian Hair & Beauty Salon".

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dipergunakan seperlunya.



Christian

Semarang, 27 Mei 1997
HAIR & BEAUTY SALON
& MAYEND. SUTOYO ST
No. 317443 - 447233
SEMARANG

Christian Ino Warsito

LAMPIRAN 7



