

INDUSTRI FARMASI
P.T. SAKA FARMA LABORATORIES
(SAKA FARMA)

JL. KIMAR I / 275 (MAJAPAHIT 75 A) TELP : (024) 711111 (Hunting 5 Lines) - 712744
FAX. (024) 715744

SEMARANG 50167 INDONESIA

SURAT KETERANGAN

yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa :

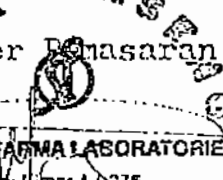
Nama : Y U L I A
NIM : 92.30.1355
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Mahasiswa : Universitas Katholik Soegijapranata

benar-benar telah melakukan survey di PT. SAKA FARMA LABORATORIES (SAKA FARMA) Semarang untuk membuat skripsi, dengan judul : "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERTINGGAL DENGAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI MINUMAN KESEHATAN SAKA GINSENG (Studi kasus di Perumahan Bumi Anjasmoro Semarang)".

Demikian surat keterangan ini agar dapat dipergunakan sebagaimana perlunya.

Semarang, 26 Januari 1998

Manajer Pemasaran


PT. SAKA FARMA LABORATORIES
Jl. Kimar I / 275
Majapahit 75 A Telp. 712744 - 711111
(FX. Susanto. SE)

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG

PENELITIAN : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG BERTINGKATAN
DENGAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK
MEMBELI MINUMAN KESEHATAN SAKA GINGSENG
(Studi Kasus di Perumahan Puri Anjasmoro
Semarang)

Pengantar :

Tujuan penelitian ini adalah untuk memenuhi tugas dan kewajiban dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana lengkap dalam ilmu ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Demi tercapainya tujuan penelitian tersebut, maka peneliti mohon kesediaan dari bapak/ibu/saudara untuk membantu mengisi daftar pertanyaan yang penyusun sediakan dan sudilah kiranya bapak/ibu/saudara mengisi angket tersebut dengan keadaan yang sebenarnya.

Selanjutnya penyusun mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan bapak/ibu/saudara yang telah meluangkan waktu untuk mengisi angket ini, dan penyusun mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila ada pertanyaan yang tidak berkenan dihati bapak/ibu/saudara.

No. Responden : _____

Tgl. Pengisian : _____

Bagian 1 :

IDENTITAS RESPONDEN

Pilihlah satu jawaban yang paling tepat dan berilah tanda (X) pada jawaban yang paling cocok dengan keadaan atau pendapat saudara.

1. Jenis kelamin saudara :

- a. Laki-laki
- b. Wanita

2. Umur :

- a. Kurang dari 25 tahun
- b. Antara 25 tahun - 35 tahun
- c. Antara 46 tahun - 45 tahun
- d. Lebih dari 45 tahun

3. Pendidikan :

- a. SD
- b. SLTP
- c. SLTA
- d. Akademi
- e. Perguruan Tinggi

4. Pekerjaan :

- a. Pegawai Negeri Sipil/ABRI
- b. Pegawai Swasta



- c. Wiraswasta
 - d. Pengusaha
5. Pendapatan (kotor) per bulan
- a. Kurang dari Rp 250.000
 - b. Antara Rp 250.001 - Rp 500.000
 - c. Antara Rp 500.001 - Rp 750.000
 - d. Lebih dari Rp 750.000

Bagian 2 :

VARIABEL PENELITIAN

Pilihlah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan penilaian anda.

I. PRODUK

A. Khasiat yang Dirasakan

1. Setujukah anda bahwa minuman kesehatan Saka Gingseng berkhasiat untuk menyehatkan badan?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Cukup setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju
2. Setujukah anda bahwa minuman kesehatan Saka Gingseng dapat cepat dirasakan khasiatnya?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Cukup setuju

- c. Tidak setuju
- d. Sangat tidak setuju

Rasa

1. Setujukah anda bahwa minuman kesehatan Saka Gingseng rasanya sudah sesuai dengan selera anda?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Cukup setuju
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju
4. Setujukah anda apabila minuman kesehatan Saka Gingseng dikatakan sudah sesuai dengan namanya sebagai minuman kesehatan?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Cukup setuju
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju

C. Kemasan:

5. Setujukah anda bahwa kemasan minuman kesehatan Saka Gingseng dikatakan menarik perhatian konsumen?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Cukup setuju
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju
6. Setujukah anda bahwa kemasan minuman kesehatan Saka Gingseng dalam bentuk botol dikatakan lebih sesuai daripada dalam bentuk sachet?
 - a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Cukup setuju
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju

II. HARGA

7. Berapa harga minuman kesehatan Saka Gingseng?
Rp
8. Berapa harga rata-rata minuman kesehatan merk lainnya?
Rp

B. Kelavakan Harga

9. Setujukah anda apabila dikatakan harga minuman kesehatan Saka Gingseng dikatakan sudah sepadan dengan kualitasnya?
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Cukup setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju
10. Setujukah anda apabila harga minuman kesehatan Saka Gingseng dikatakan sudah sepadan dengan kemasannya?
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Cukup setuju
 - Tidak setuju
 - Sangat tidak setuju

C. Perbandingan Harga dengan Produk Lain

11. Setujukah anda apabila harga minuman kesehatan Saka Gingseng dikatakan lebih murah jika dibandingkan dengan harga rata-rata produk minuman kesehatan lain?
- Sangat setuju
 - Setuju
 - Cukup setuju

- c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju
12. Setujukan anda bahwa harga minuman kesehatan Saka Gingseng dikatakan paling murah dibandingkan dengan produk lain?
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Cukup setuju
 - c. Tidak setuju
 - d. Sangat tidak setuju

III. PROMOSI

A. Frekuensi Mendapatkan Informasi/Promosi

13. Sepengetahuan anda seberapa sering promosi minuman kesehatan Saka Gingseng dilaksanakan?
- a. Sangat sering
 - b. Sering
 - c. Kadang-kadang
 - d. Jarang
 - e. Sangat jarang
14. Seberapa sering anda mendengar atau melihat promosi tentang minuman kesehatan Saka Gingseng, baik di media cetak maupun elektronik?
- a. Sangat sering
 - b. Sering
 - c. Kadang-kadang

- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

B. Jumlah Media yang Digunakan

15. Setujukah anda bahwa banyak media yang digunakan untuk mempromosikan minuman kesehatan Saka Gingseng?

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Cukup setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

16. Setujukan anda bahwa jumlah media yang digunakan promosi minuman kesehatan Saka Gingseng sudah tepat?

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Cukup setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

C. Daya Tarik Promosi

17. Setujukan anda promosi minuman kesehatan Saka Gingseng yang dilakukan dapat menarik perhatian konsumen?

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Cukup setuju



- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

18. Setujukah anda bahwa daya tarik promosi yang dilakukan dapat membuat anda selalu ingat pada produk minuman kesehatan Saka Ginseng apabila anda akan membeli minuman kesehatan?

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Cukup setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

IV. SALURAN DISTRIBUSI

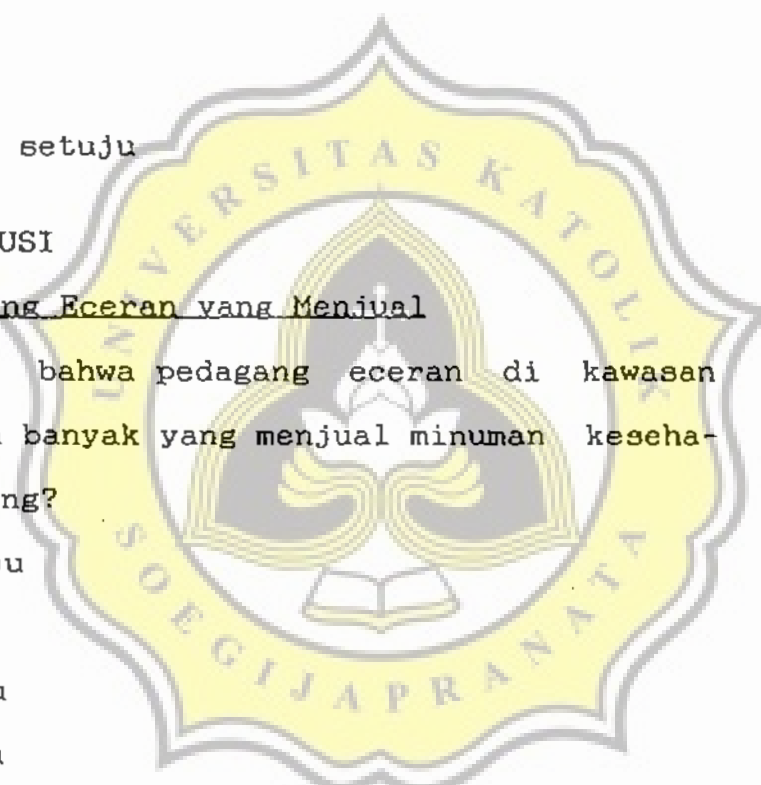
A. Banyaknya Pedagang Eceran yang Menjual

19. Setujukah anda bahwa pedagang eceran di kawasan pemukiman anda banyak yang menjual minuman kesehatan Saka Ginseng?

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Cukup setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

20. Sewaktu-waktu anda ingin membeli minuman kesehatan Saka Ginseng, di mana pun anda berada banyak yang menjual?

- a. Sangat setuju



- b. Setuju
- c. Cukup setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

B. Jumlah Ketersediaan di Toko-toko Terdekat

21. Setujukah anda bahwa pedagang eceran yang menjual minuman kesehatan Saka Ginseng di kawasan pemukiman anda selalu tersedia dalam jumlah yang banyak?
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Cukup setuju
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju
22. Sepengetahuan anda penjual minuman kesehatan Saka Ginseng selalu menyediakan jumlah yang banyak?
- a. Sangat setuju
 - b. Setuju
 - c. Cukup setuju
 - d. Tidak setuju
 - e. Sangat tidak setuju



C. Kemudahan Pemesanan Barang

23. Menurut anda apabila persediaan di toko terdekat sedang kosong, pemesanan minuman kesehatan Saka Ginseng dapat dilayani dalam tempo yang singkat (maksimal 1 hari)?

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Cukup setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

24. Setujukah anda bahwa pemesanan minuman kesehatan Saka Gingseng lebih mudah dibandingkan dengan produk lainnya?

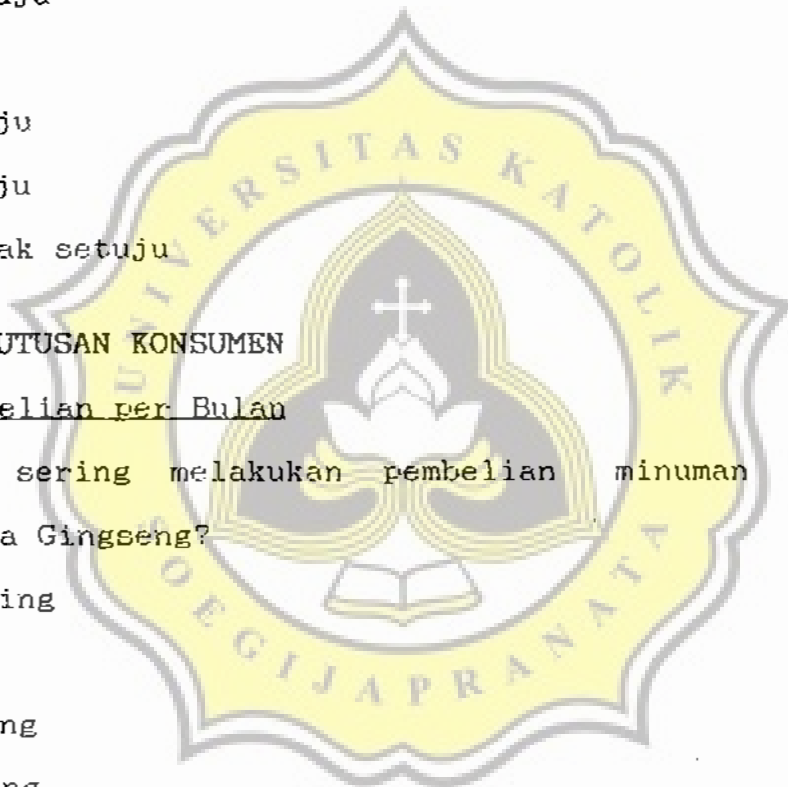
- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Cukup setuju
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

V. PEGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN

Frekuensi Pembelian per Bulan

25. Apakah anda sering melakukan pembelian minuman kesehatan Saka Gingseng?

- a. Sangat sering
- b. Sering
- c. Cukup sering
- d. Tidak sering
- e. Sangat tidak sering

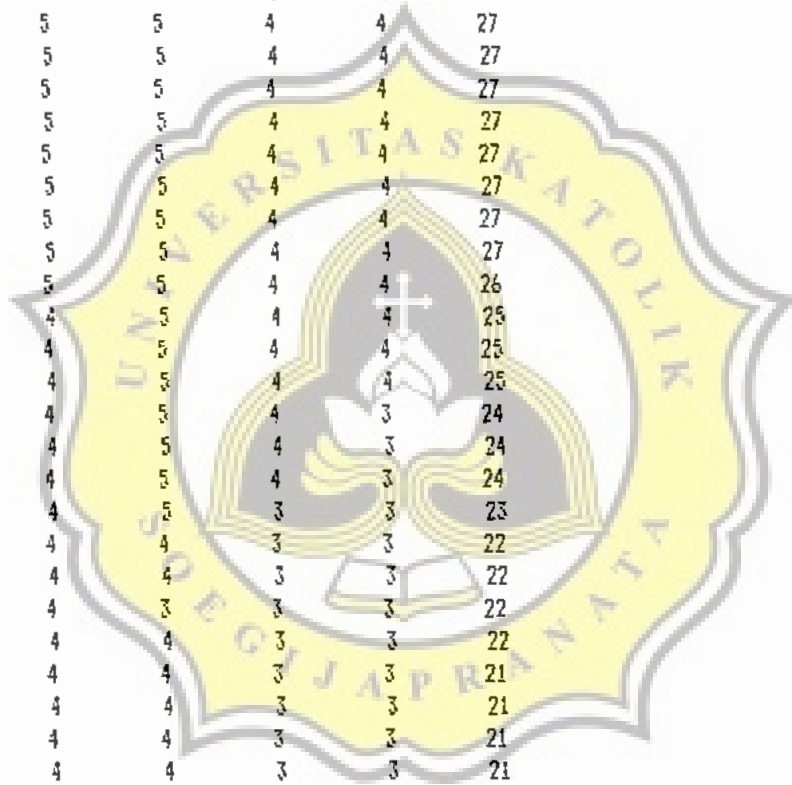


Lampiran 2:

PRODUK

HEADER DATA FOR: R:YULIA LABEL: UJI VALIDITAS
 NUMBER OF CASES: 64 NUMBER OF VARIABLES: 7

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	5	5	4	29
11	5	4	5	5	4	4	27
12	5	4	5	5	4	4	27
13	5	4	5	5	4	4	27
14	5	4	5	5	4	4	27
15	5	4	5	5	4	4	27
16	5	4	5	5	4	4	27
17	5	4	5	5	4	4	27
18	5	4	5	5	4	4	27
19	5	4	5	5	4	4	27
20	5	4	5	5	4	4	27
21	4	4	5	5	4	4	26
22	4	4	4	5	4	4	25
23	4	4	4	5	4	4	25
24	4	4	4	5	4	4	25
25	4	4	4	5	4	3	24
26	4	4	4	5	4	3	24
27	4	4	4	5	4	3	24
28	4	4	4	5	3	3	23
29	4	4	4	4	3	3	22
30	4	4	4	4	3	3	22
31	4	4	4	3	3	3	22
32	4	4	4	4	3	3	22
33	4	3	4	4	3	3	21
34	4	3	4	4	3	3	21
35	4	3	4	4	3	3	21
36	4	3	4	4	3	3	21
37	4	3	4	4	3	3	21
38	4	3	4	4	3	3	21
39	4	3	4	4	3	3	21
40	4	3	4	4	3	3	21
41	4	3	4	4	3	3	21
42	4	3	4	4	3	3	21
43	4	3	4	4	3	2	20
44	4	3	4	4	3	2	20
45	4	3	3	4	3	2	19
46	4	3	3	4	3	2	19
47	4	3	3	4	3	2	19
48	4	3	3	3	3	2	18
49	4	3	3	3	3	2	18
50	4	2	3	3	2	2	16
51	4	2	3	3	2	2	16
52	4	2	3	3	2	2	16
53	4	2	3	3	2	2	16
54	4	2	3	3	2	2	16



56	4	2	3	3	2	2	16
57	3	2	3	3	2	2	15
58	3	2	3	2	2	1	13
59	3	2	3	2	2	1	13
60	3	1	2	2	1	1	10
61	2	1	2	2	1	1	9
62	2	1	2	2	1	1	9
63	2	1	1	1	1	1	7
64	1	1	1	1	1	1	6

----- CORRELATION MATRIX -----

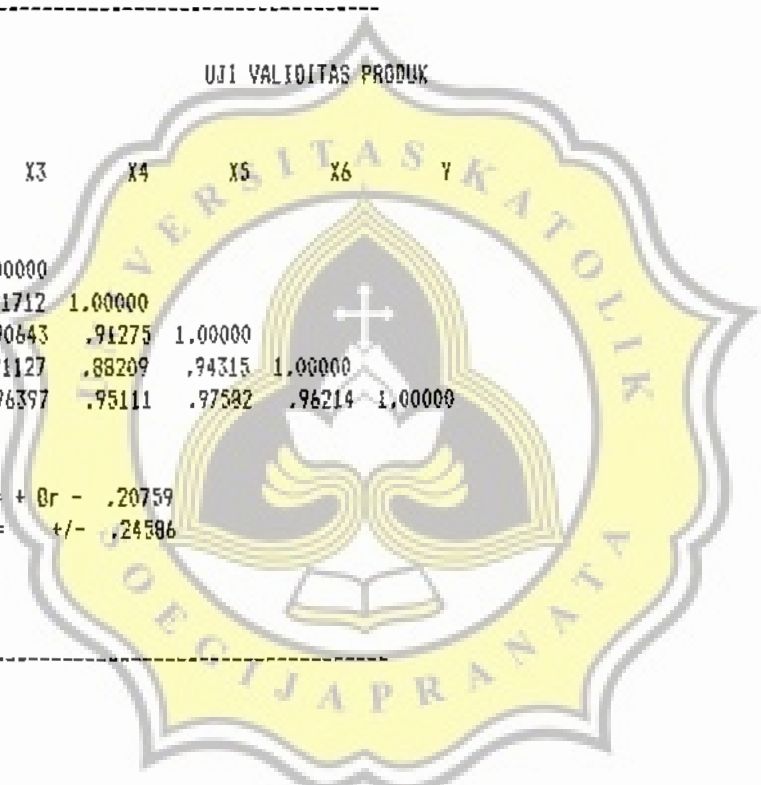
HEADER DATA FOR: B:YULIA LABEL: UJI VALIDITAS
 NUMBER OF CASES: 64 NUMBER OF VARIABLES: 7

UJI VALIDITAS PRODUK

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y
X1	1.00000						
X2	.82785	1.00000					
X3	.90437	.90219	1.00000				
X4	.85494	.90116	.91712	1.00000			
X5	.84664	.97245	.90643	.91275	1.00000		
X6	.83175	.92866	.91127	.88209	.94315	1.00000	
Y	.90904	.96978	.96397	.95111	.97582	.96214	1.00000

CRITICAL VALUE (1-TAIL, .05) = + Or - .20759
 CRITICAL VALUE (2-tail, .05) = +/- .24586

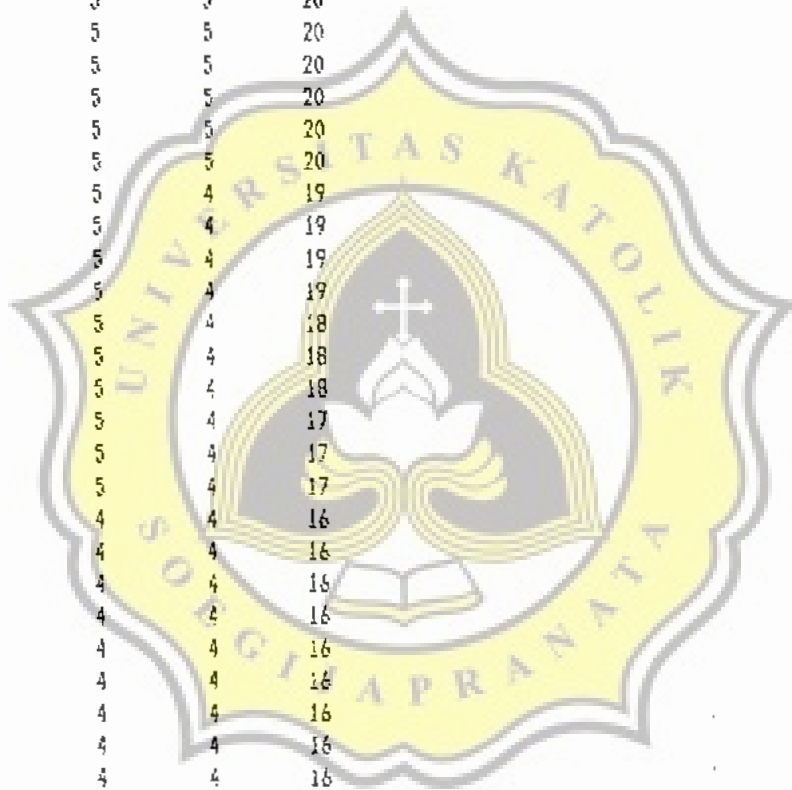
N = 64



HARGA

HEADER DATA FOR: B:YULIA2 LABEL: UJI VALIDITAS INDIKATOR
 NUMBER OF CASES: 64 NUMBER OF VARIABLES: 5

	X1	X2	X3	X4	Y
1	5	5	5	5	20
2	5	5	5	5	20
3	5	5	5	5	20
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	20
8	5	5	5	5	20
9	5	5	5	5	20
10	5	5	5	5	20
11	5	5	5	5	20
12	5	5	5	5	20
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	4	19
17	5	5	5	4	19
18	5	5	5	4	19
19	5	5	5	4	19
20	5	4	5	4	18
21	5	4	5	4	18
22	5	4	5	4	18
23	4	4	5	4	17
24	4	4	5	4	17
25	4	4	5	4	17
26	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	4	4	4	4	16
38	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	16
41	4	4	4	3	15
42	4	4	4	3	15
43	4	4	4	3	15
44	4	4	4	3	15
45	4	4	4	3	15
46	4	4	4	3	15
47	4	4	3	3	14
48	4	4	3	3	14
49	4	4	3	3	14
50	4	3	3	3	13
51	3	3	3	3	12
52	3	3	3	3	12



53	3	3	3	2	11
54	3	3	3	2	11
55	3	3	3	2	11
56	3	3	3	2	11
57	3	3	3	2	11
58	3	3	3	2	11
59	3	3	3	2	11
60	2	3	2	1	8
61	2	2	2	1	7
62	2	2	2	1	7
63	1	1	1	1	4
64	1	1	1	1	4

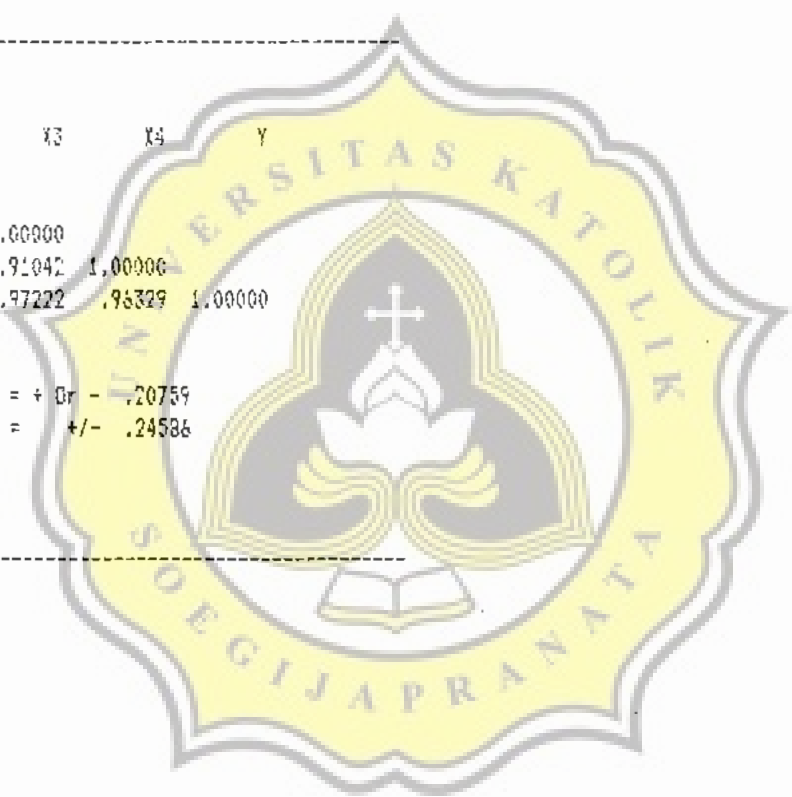
----- CORRELATION MATRIX -----

HEADER DATA FOR: 3:YULI42 LABEL: UJI VALIDITAS INDIKATOR
 NUMBER OF CASES: 64 NUMBER OF VARIABLES: 5

	X1	X2	X3	X4	Y
X1	1.00000				
X2	.95933	1.00000			
X3	.94725	.92421	1.00000		
X4	.91271	.90748	.91042	1.00000	
Y	.99037	.97248	.97222	.96329	1.00000

CRITICAL VALUE (1-TAIL, .05) = + Or - .20759
 CRITICAL VALUE (2-tail, .05) = +/- .24586

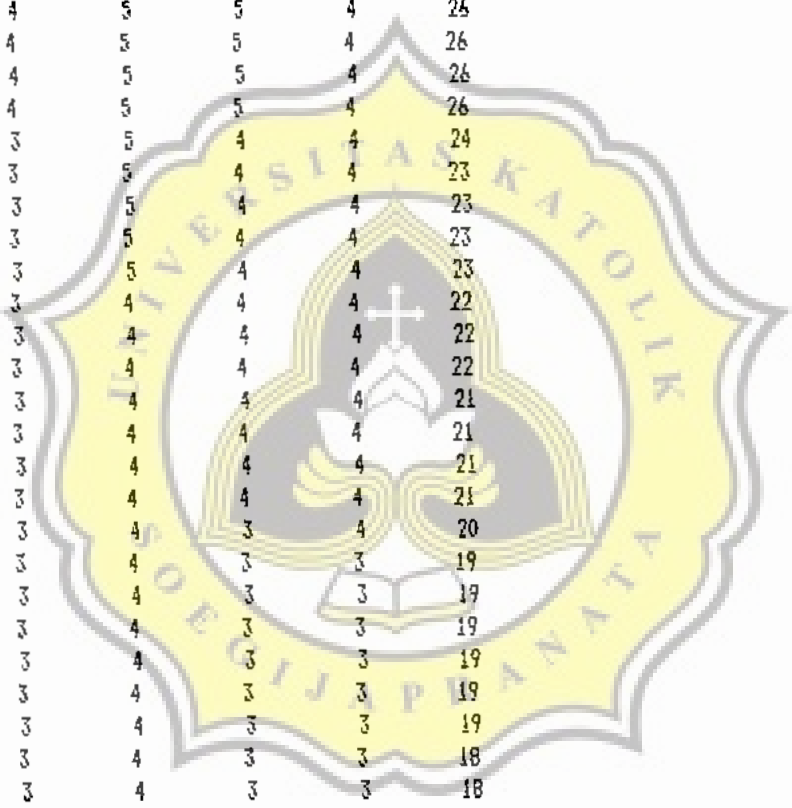
N = 64



PROMOSI

HEADER DATA FOR: R:YULIAS LABEL: UJI VALIDITAS PROMOSI
 NUMBER OF CASES: 64 NUMBER OF VARIABLES: 7

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	4	4	5	5	5	28
7	5	4	4	5	5	5	28
8	5	4	4	5	5	5	28
9	4	4	4	5	5	5	27
10	4	4	4	5	5	5	27
11	4	4	4	5	5	5	27
12	4	4	4	5	5	4	26
13	4	4	4	5	5	4	26
14	4	4	4	5	5	4	26
15	4	4	4	5	5	4	26
16	4	4	3	5	4	4	24
17	4	3	3	5	4	4	23
18	4	3	3	5	4	4	23
19	4	3	3	5	4	4	23
20	4	3	3	5	4	4	23
21	4	3	3	4	4	4	22
22	4	3	3	4	4	4	22
23	4	3	3	4	4	4	22
24	3	3	3	4	4	4	21
25	3	3	3	4	4	4	21
26	3	3	3	4	4	4	21
27	3	3	3	4	4	4	21
28	3	3	3	4	3	4	20
29	3	3	3	4	3	3	19
30	3	3	3	4	3	3	19
31	3	3	3	4	3	3	19
32	3	3	3	4	3	3	19
33	3	3	3	4	3	3	19
34	3	3	3	4	3	3	19
35	3	2	3	4	3	3	18
36	3	2	3	4	3	3	18
37	3	2	3	4	3	3	18
38	3	2	3	4	3	3	18
39	3	2	3	4	3	3	18
40	3	2	3	4	3	3	18
41	3	2	2	4	3	3	17
42	3	2	2	4	3	3	17
43	3	2	2	4	3	3	17
44	3	2	2	4	3	3	17
45	3	2	2	4	3	3	17
46	3	2	2	4	3	3	17
47	3	2	2	3	3	3	16
48	2	2	2	3	2	3	14
49	2	2	2	3	2	3	14
50	2	2	2	3	2	2	15
51	2	2	2	3	2	2	13
52	2	2	2	3	2	2	13
53	2	2	2	3	2	2	13
54	2	2	2	3	2	2	13



56	2	1	1	3	2	2	11
57	2	1	1	3	2	2	11
58	2	1	1	2	2	2	10
59	2	1	1	2	2	2	10
60	1	1	1	2	2	1	8
61	1	1	1	2	2	1	8
62	1	1	1	2	2	1	8
63	1	1	1	1	1	1	6
64	1	1	1	1	1	1	6

----- CORRELATION MATRIX -----

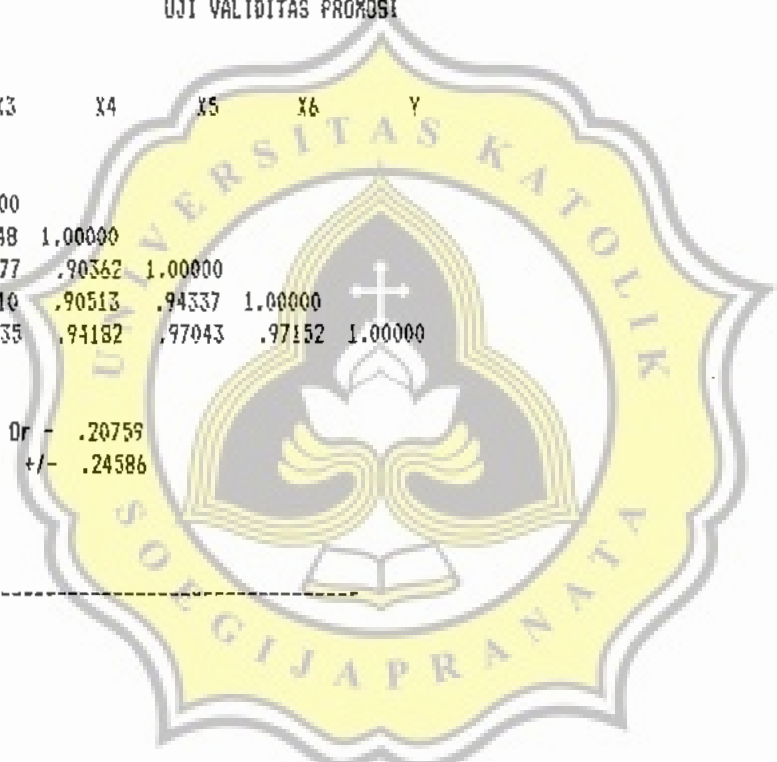
HEADER DATA FOR: B:YULIAS LABEL: UJI VALIDITAS PROMOSI
NUMBER OF CASES: 64 NUMBER OF VARIABLES: 7

UJI VALIDITAS PROMOSI

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y
X1	1.00000						
X2	.90332	1.00000					
X3	.90751	.95941	1.00000				
X4	.91974	.85117	.86948	1.00000			
X5	.93490	.91339	.90577	.90362	1.00000		
X6	.94930	.90734	.90310	.90513	.94337	1.00000	
Y	.97197	.95904	.96035	.94182	.97043	.97152	1.00000

CRITICAL VALUE (1-TAIL, .05) = + Or - .20759
CRITICAL VALUE (2-tail, .05) = +/- .24586

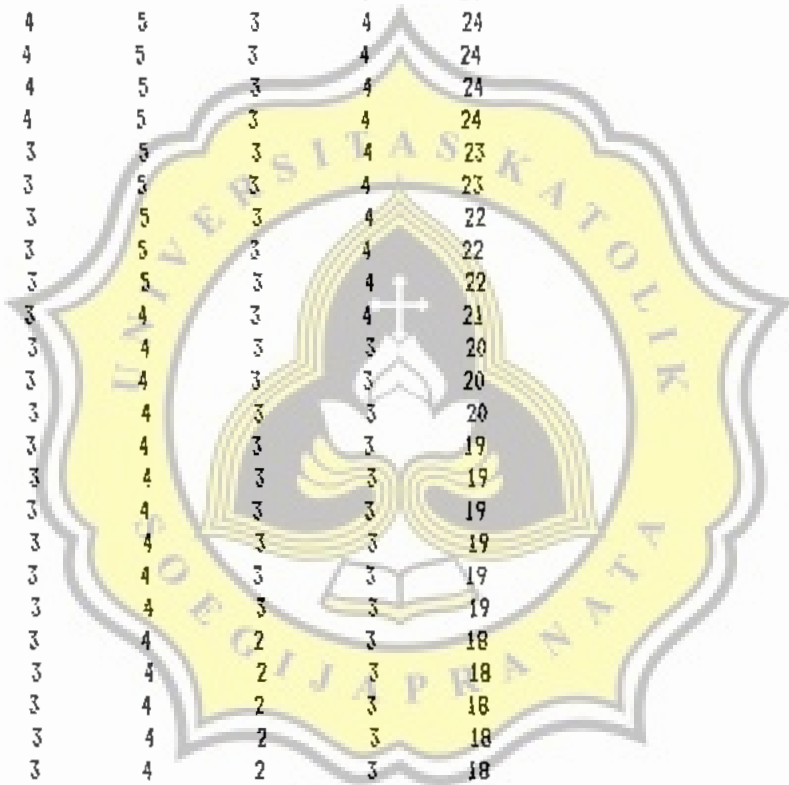
N = 64



SALURAN DISTRIBUSI

HEADER DATA FOR: B:YULIA4 LABEL: UJI VALIDITAS SALURAN DISTRIBUSI
 NUMBER OF CASES: 64 NUMBER OF VARIABLES: 7

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	5	4	5	29
6	4	5	4	5	4	5	27
7	4	5	4	5	4	5	27
8	4	5	4	5	4	5	27
9	4	4	4	5	4	5	26
10	4	4	4	5	4	4	25
11	4	4	4	5	3	4	24
12	4	4	4	5	3	4	24
13	4	4	4	5	3	4	24
14	4	4	4	5	3	4	24
15	4	4	4	5	3	4	24
16	4	4	3	5	3	4	23
17	4	4	3	5	3	4	23
18	3	4	3	5	3	4	22
19	3	4	3	5	3	4	22
20	3	4	3	5	3	4	22
21	3	4	3	4	3	4	21
22	3	4	3	4	3	3	20
23	3	4	3	4	3	3	20
24	3	4	3	4	3	3	20
25	3	3	3	4	3	3	19
26	3	3	3	4	3	3	19
27	3	3	3	4	3	3	19
28	3	3	3	4	3	3	19
29	3	3	3	4	3	3	19
30	3	3	3	4	3	3	19
31	3	3	3	4	2	3	18
32	3	3	3	4	2	3	18
33	3	3	3	4	2	3	18
34	3	3	3	4	2	3	18
35	3	3	3	4	2	3	18
36	3	3	3	4	2	3	18
37	3	3	3	4	2	3	18
38	3	3	3	4	2	3	18
39	2	3	3	4	2	3	17
40	2	3	3	4	2	2	16
41	2	3	2	4	2	2	15
42	2	3	2	4	2	2	15
43	2	3	2	4	2	2	15
44	2	3	2	4	2	2	15
45	2	3	2	4	2	2	15
46	2	3	2	4	2	2	15
47	2	2	2	3	2	2	13
48	2	2	2	3	2	2	13
49	2	2	2	3	2	2	13
50	2	2	2	3	1	1	11
51	2	2	2	3	1	1	11
52	2	2	2	3	1	1	11
53	2	2	2	3	1	1	11



56	1	2	1	3	1	1	9
57	1	2	1	3	1	1	9
58	1	2	1	2	1	1	8
59	1	2	1	2	1	1	8
60	1	1	1	2	1	1	7
61	1	1	1	2	1	1	7
62	1	1	1	2	1	1	7
63	1	1	1	1	1	1	6
64	1	1	1	1	1	1	6

----- CORRELATION MATRIX -----

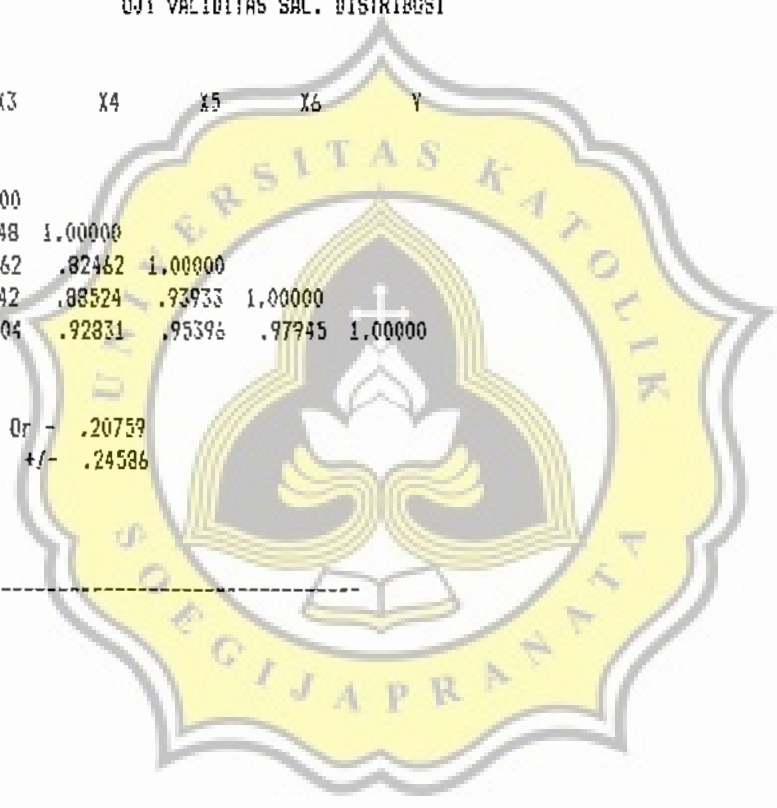
HEADER DATA FOR: B;YULIA4 LABEL: UJI VALIDITAS SALURAN DISTRIBUSI
NUMBER OF CASES: 64 NUMBER OF VARIABLES: 7

UJI VALIDITAS SAL. DISTRIBUSI

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y
X1	1.00000						
X2	.91128	1.00000					
X3	.96566	.90871	1.00000				
X4	.87183	.92169	.86948	1.00000			
X5	.91620	.91524	.90562	.82462	1.00000		
X6	.94777	.93827	.93142	.88524	.93933	1.00000	
Y	.97326	.96871	.96704	.92831	.95396	.97945	1.00000

CRITICAL VALUE (1-TAIL, .05) = + Or - .20759
CRITICAL VALUE (2-tail, .05) = +/- .24586

N = 64



Lampiran 3:
Perhitungan Reliabilitas Instrumen Indikator

rumus:

$$r_{11} = \frac{2 \times r_{1/2 \ 1/2}}{1 + r_{1/2 \ 1/2}}; r_{1/2 \ 1/2} = r_{xy}$$

1. Produk	r _{XY}	r ₁₁
Questioner 1 :	0.909	0.952
Questioner 2 :	0.970	0.985
Questioner 3 :	0.964	0.982
Questioner 4 :	0.951	0.975
Questioner 5 :	0.976	0.988
Questioner 6 :	0.962	0.981
2. Harga	r _{XY}	r ₁₁
Questioner 9 :	0.980	0.990
Questioner 10:	0.972	0.986
Questioner 11:	0.972	0.986
Questioner 12:	0.963	0.981
3. Promosi	r _{XY}	r ₁₁
Questioner 13:	0.972	0.986
Questioner 14:	0.959	0.979
Questioner 15:	0.960	0.980
Questioner 16:	0.942	0.970
Questioner 17:	0.970	0.985
Questioner 18:	0.972	0.986
4. Sal. Distribusi	r _{XY}	r ₁₁
Questioner 19:	0.973	0.986
Questioner 20:	0.969	0.984
Questioner 21:	0.967	0.983
Questioner 22:	0.928	0.963
Questioner 23:	0.954	0.976
Questioner 24:	0.979	0.990

Sumber: Data primer yang diolah.

Lampiran 4:
Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap
PRODUK

a. Khasiat yang dirasakan -----Skor rata-rata : 74.53 %

1. Khasiat menyehatkan badan

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	20	31.25	100
Setuju	36	56.25	144
Cukup setuju	4	6.25	12
Tidak setuju	3	4.69	6
Sangat tidak setuju	1	1.56	1
Jumlah	64	100.00	263.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			82.19

2. Khasiat cepat dirasakan

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	10	15.63	50
Setuju	22	34.38	88
Cukup setuju	17	26.56	51
Tidak setuju	10	15.63	20
Sangat tidak setuju	5	7.81	5
Jumlah	64	100.00	214.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			66.88

b. Rasa -----Skor rata-rata : 79.38 %

3. Sesuai selera Responden

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	21	32.81	105
Setuju	23	35.94	92
Cukup setuju	15	23.44	45
Tidak setuju	3	4.69	6
Sangat tidak setuju	2	3.13	2
Jumlah	64	100.00	250.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			78.13

4. Sesuai dengan minuman kesehatan

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	28	43.75	140
Setuju	19	29.69	76
Cukup setuju	10	15.63	30
Tidak setuju	5	7.81	10
Sangat tidak setuju	2	3.13	2
Jumlah	64	100.00	258.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			80.63

c. Kemasan -----Skor rata-rata : 63.28 %

5. Menarik

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	10	15.63	50
Setuju	17	26.56	68
Cukup setuju	22	34.38	66
Tidak setuju	10	15.63	20
Sangat tidak setuju	5	7.81	5
Jumlah	64	100.00	209.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			65.31

6. Botol lebih sesuai dari sachet

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	9	14.06	45
Setuju	15	23.44	60
Cukup setuju	18	28.13	54
Tidak setuju	15	23.44	30
Sangat tidak setuju	7	10.94	7
Jumlah	64	100.00	196.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			61.25

Rata-rata Distribusi Frekuensi
(dibulatkan)

-----Total skor rata-rata : 72.39 %

Kategori Tanggapan	f	%
SANGAT BAIK	16	25.00
BAIK	22	34.38
CUKUP BAIK	14	21.88
TIDAK BAIK	8	12.50
SANGAT TIDAK BAIK	4	6.25
Jumlah	64	100.00

Sumber: Data primer yang diolah, 1997.

Lampiran 5
Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap
HARGA

a. Kelayakan Harga

9. Sepadan dg kualitas

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	22	34.38	110
Setuju	28	43.75	112
Cukup setuju	9	14.06	27
Tidak setuju	3	4.69	6
Sangat tidak setuju	2	3.13	2
Jumlah	64	100.00	257.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			80.31

-----Skor rata-rata : 79.84 %

10. Sepadan dengan kemasan

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	19	29.69	95
Setuju	30	46.88	120
Cukup setuju	11	17.19	33
Tidak setuju	2	3.13	4
Sangat tidak setuju	2	3.13	2
Jumlah	64	100.00	254.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			79.38

b. Perbandingan Harga

11. Lebih murah

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	25	39.06	125
Setuju	21	32.81	84
Cukup setuju	13	20.31	39
Tidak setuju	3	4.69	6
Sangat tidak setuju	2	3.13	2
Jumlah	64	100.00	256.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			80.00

-----Skor rata-rata : 75.94 %

12. Paling murah

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	15	23.44	75
Setuju	25	39.06	100
Cukup setuju	12	18.75	36
Tidak setuju	7	10.94	14
Sangat tidak setuju	5	7.81	5
Jumlah	64	100.00	230.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			71.88

Rata-rata Distribusi Frekuensi
(dibulatkan)

-----Total skor rata-rata : 77.89 %

Kategori Tanggapan	f	%
SANGAT BAIK	20	31.25
BAIK	25	39.06
CUKUP BAIK	11	17.19
LIDAK BAIK	5	7.81
SANGAT TIDAK BAIK	3	4.69
Jumlah	64	100.00

Sumber: Data primer yang diolah, 1997.

Lampiran 6:
Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap
PROMOSI

a. Frekuensi dapat Informas ----- Skor rata-rata : 58.59 %

13. Tingkat keseringan promosi

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	8	12.50	40
Setuju	15	23.44	60
Cukup setuju	24	37.50	72
Tidak setuju	12	18.75	24
Sangat tidak setuju	5	7.81	5
Jumlah	64	100.00	201.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			62.81

14. Tk. keseringan melihat/mendengar

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	5	7.81	25
Setuju	11	17.19	44
Cukup setuju	18	28.13	54
Tidak setuju	21	32.81	42
Sangat tidak setuju	9	14.06	9
Jumlah	64	100.00	174.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			54.38

b. Jumlah Media ----- Skor rata-rata : 66.88 %

15. Banyak media yang dgunakan

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	5	7.81	25
Setuju	10	15.63	40
Cukup setuju	25	39.06	75
Tidak setuju	15	23.44	30
Sangat tidak setuju	9	14.06	9
Jumlah	64	100.00	179.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			55.94

16. Media yang digunakan sudah tepat

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	20	31.25	100
Setuju	26	40.63	104
Cukup setuju	11	17.19	33
Tidak setuju	5	7.81	10
Sangat tidak setuju	2	3.13	2
Jumlah	64	100.00	249.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			77.81

c. Daya Tarik Promosi ----- Skor rata-rata : 66.56 %

17. Promosinya menarik

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	15	23.44	75
Setuju	12	18.75	48
Cukup setuju	20	31.25	60
Tidak setuju	15	23.44	30
Sangat tidak setuju	2	3.13	2
Jumlah	64	100.00	215.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			67.19

18. Daya tariknya membuat ingat

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	11	17.19	55
Setuju	17	26.56	68
Cukup setuju	21	32.81	63
Tidak setuju	10	15.63	20
Sangat tidak setuju	5	7.81	5
Jumlah	64	100.00	211.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			65.94

Rata-rata Distribusi Frekuensi
(dibulatkan)

----- Total skor rata-rata : 64.01 %

Kategori Tanggapan	f	%
SANGAT BAIK	11	16.67
BAIK	15	23.70
CUKUP BAIK	20	30.99
TIDAK BAIK	13	20.31
SANGAT TIDAK BAIK	5	8.33
Jumlah	64	100.00

Sumber: Data primer yang diolah, 1997.

Lampiran 7

Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap SALURAN DISTRIBUSI

a. Banyaknya Pedagang

-----Skor rata-rata : 59.06 %

19. Banyak Penjual di sekitar

20. Banyak Penjual di mana-mana

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	5	7.81	25
Setuju	12	18.75	48
Cukup setuju	21	32.81	63
Tidak setuju	15	23.44	30
Sangat tidak setuju	11	17.19	11
Jumlah	64	100.00	177.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			55.31

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	8	12.50	40
Setuju	16	25.00	64
Cukup setuju	22	34.38	66
Tidak setuju	13	20.31	26
Sangat tidak setuju	5	7.81	5
Jumlah	64	100.00	201.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			62.81

b. Jumlah Ketersediaan

-----Skor rata-rata : 66.88 %

21. Jumlah di Toko sekitar

22. Jumlah di Toko-toko

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	5	7.81	25
Setuju	10	15.63	40
Cukup setuju	25	39.06	75
Tidak setuju	15	23.44	30
Sangat tidak setuju	9	14.06	9
Jumlah	64	100.00	179.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			55.94

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	20	31.25	100
Setuju	26	40.63	104
Cukup setuju	11	17.19	33
Tidak setuju	5	7.81	10
Sangat tidak setuju	2	3.13	2
Jumlah	64	100.00	249.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			77.81

c. Kemudahan Pemesanan

-----Skor rata-rata : 52.81 %

23. Kecepatan Pemesanan

24. Dibandingkan Produk Lain

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	3	4.69	15
Setuju	7	10.94	28
Cukup setuju	20	31.25	60
Tidak setuju	19	29.69	38
Sangat tidak setuju	15	23.44	15
Jumlah	64	100.00	156.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			48.75

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat setuju	9	14.06	45
Setuju	12	18.75	48
Cukup setuju	18	28.13	54
Tidak setuju	10	15.63	20
Sangat tidak setuju	15	23.44	15
Jumlah	64	100.00	182.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			56.88

Rata-rata Distribusi Frekuensi (dibulatkan)

-----Total skor rata-rata : 59.58 %

Kategori Tanggapan	f	%
SANGAT BAIK	8	12.50
BAIK	14	21.88
CUKUP BAIK	19	29.69
TIDAK BAIK	13	20.31
SANGAT TIDAK BAIK	10	15.63
Jumlah	64	100.00

Sumber: Data primer yang diolah, 1997.

Lampiran 8:
Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden terhadap
PEMBELIAN KONSUMEN
25. Tingkat Keseringan

Tanggapan	f	%	Skor
Sangat Sering	12	18.75	60
Sering	15	23.44	60
Cukup Sering	20	31.25	60
Tidak Sering	9	14.06	18
Sangat Tdk Sering	8	12.50	8
Jumlah	64	100.00	206.00
Skor harapan			320.00
Prosentase Nilai skor			64.38



Lampiran 9:

Perhitungan Kai Kuadrat dan Koefisien Kontingensi
PRODUK

1. Perhitungan Kai Kuadrat :

Keputusan PEMBELIAN	PERSEPSI THD PRODUK					Jumlah
	Sangat baik	Baik	Cukup baik	Tidak baik	Sangat tdk b.	
Sangat Sering	2	7	3	0	0	12
Sering	5	7	3	0	0	15
Cukup Sering	5	5	6	4	0	20
Tidak Sering	3	2	1	2	1	9
Sangat Tdk Sering	1	1	1	2	3	8
Jumlah	16	22	14	8	4	64

$$\begin{aligned}
 \text{Frekuensi Teoritis: } (f_t) &= \frac{K_a \times B_x}{T} = \frac{12 \times 16}{64} \\
 &= 3.00
 \end{aligned}$$

Dengan rumus yang sama, dapat dicari frekuensi teoritis, untuk masing – masing:

Frekuensi Teoritis:

Keputusan PEMBELIAN	PERSEPSI THD PRODUK				
	Sangat baik	Baik	Cukup baik	Tidak baik	Sangat tdk b.
Sangat Sering	3.00	4.13	2.63	1.50	0.75
Sering	3.75	5.16	3.28	1.88	0.94
Cukup Sering	5.00	6.88	4.38	2.50	1.25
Tidak Sering	2.25	3.09	1.97	1.13	0.56
Sangat Tdk Sering	2.00	2.75	1.75	1.00	0.50

Perhitungan χ^2 (kai Kuadrat) rumus: $\chi^2 = \sum \left[\frac{(f_o - f_t)^2}{f_t} \right]$

Besarnya Kai Kuadrat

Keputusan PEMBELIAN	PERSEPSI THD PRODUK					Jumlah
	Sangat baik	Baik	Cukup baik	Tidak baik	Sangat tdk b.	
Sangat Sering	0.33	2.00	0.05	1.50	0.75	4.64
Sering	0.42	0.66	0.02	1.88	0.94	3.91
Cukup Sering	0.00	0.51	0.60	0.90	1.25	3.26
Tidak Sering	0.25	0.39	0.48	0.68	0.34	2.13
Sangat Tdk Sering	0.50	1.11	0.32	1.00	12.50	15.44
						29.39

Uji Signifikan: dk = (k-1) (b-1) = (5-1)(5-1) = 16
pada Taraf signifikan = 5 % adalah 26,29

$$\chi^2 = 29.39 > 26.29 ; \text{ Berarti Signifikan.}$$

2. Perhitungan Koefisien Kontingensi (K):

$$\text{rumus: } C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}} = 0.56 \text{ (Cukup Kuat)}$$

Lampiran 10:

Perhitungan Kai Kuadrat dan Koefisien Kontingensi:

HARGA

1. Perhitungan Kai Kuadrat :

Keputusan PEMBELIAN	PERSEPSI THD HARGA					Jumlah
	Sangat baik	Baik	Cukup baik	Tidak baik	Sangat tdk b.	
Sangat Sering	10	2	0	0	0	12
Sering	4	10	1	0	0	15
Cukup Sering	2	10	8	0	0	20
Tidak Sering	2	2	1	3	1	9
Sangat Tdk Sering	2	1	1	2	2	8
Jumlah	20	25	11	5	3	64

$$\begin{aligned}
 \text{Frekuensi teoritis (ft) rumus} & \quad \frac{K_a \times B_x}{T} = \frac{12 \times 20}{64} \\
 & = 3.75
 \end{aligned}$$

Dengan rumus yang sama, dapat dicari frekuensi teoritis, untuk masing – masing.

Frekuensi Teoritis:

Keputusan PEMBELIAN	PERSEPSI THD HARGA				
	Sangat baik	Baik	Cukup baik	Tidak baik	Sangat tdk b.
Sangat Sering	3.75	4.69	2.06	0.94	0.56
Sering	4.69	5.86	2.58	1.17	0.70
Cukup Sering	6.25	7.81	3.44	1.56	0.94
Tidak Sering	2.81	3.52	1.55	0.70	0.42
Sangat Tdk Sering	2.50	3.13	1.38	0.53	0.38

Perhitungan χ^2 (kai Kuadrat) rumus: $\sum \left[\frac{(f_o - f_t)^2}{f_t} \right]$

Besarnya Kai Kuadrat

Keputusan PEMBELIAN	PERSEPSI THD HARGA					Jumlah
	Sangat baik	Baik	Cukup baik	Tidak baik	Sangat tdk b.	
Sangat Sering	10.42	1.54	2.06	0.94	0.56	13.46
Sering	0.10	2.93	0.97	1.17	0.70	4.90
Cukup Sering	2.89	0.61	6.06	1.56	0.94	6.00
Tidak Sering	0.23	0.65	0.19	7.50	0.79	9.18
Sangat Tdk Sering	0.10	1.45	0.10	3.03	7.04	11.61
						45.15

Uji Signifikan: $dk = (k-1) (b-1) = (5-1) (5-1) = 16$
 pada Taraf signifikan = 5 % adalah 26,29

$$\chi^2 = 45.15 > 26,29 ; \text{Berarti Signifikan.}$$

2. Perhitungan Koefisien Kontingensi (K):

$$\text{rumus: } C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}} = 0.64 \text{ (Kuat)}$$

Lampiran 11:

Perhitungan Kai Kuadrat dan Koefisien Kontingensi:

PROMOSI

1. Perhitungan Kai Kuadrat :

Keputusan PEMBELIAN	PERSEPSI THD PROMOSI					Jumlah
	Sangat baik	Baik	Cukup baik	Tidak baik	Sangat tdk b.	
Sangat Sering	5	4	2	1	0	12
Sering	3	7	4	1	0	15
Cukup Sering	2	3	11	4	0	20
Tidak Sering	1	1	2	3	2	9
Sangat Tdk Sering	0	0	1	4	3	8
Jumlah	11	15	20	13	5	64

$$\begin{aligned}
 \text{Frekuensi Teoritis (ft)} &= \frac{K_a \times B_x}{T} = \frac{12 \times 11}{64} \\
 &= 2.06
 \end{aligned}$$

Dengan rumus yang sama, dapat dicari frekuensi teoritis, untuk masing-masing.

Frekuensi Teoritis:

Keputusan PEMBELIAN	PERSEPSI THD PROMOSI				
	Sangat baik	Baik	Cukup baik	Tidak baik	Sangat tdk b.
Sangat Sering	2.06	2.81	3.75	2.44	0.94
Sering	2.58	3.52	4.69	3.05	1.17
Cukup Sering	3.44	4.69	6.25	4.06	1.56
Tidak Sering	1.55	2.11	2.81	1.83	0.70
Sangat Tdk Sering	1.38	1.88	2.50	1.63	0.63

Perhitungan χ^2 (kai Kuadrat) rumus: $\sum \left[\frac{(f_o - f_t)^2}{f_t} \right]$

Besarnya Kai Kuadrat

Keputusan PEMBELIAN	PERSEPSI THD PROMOSI					Jumlah
	Sangat baik	Baik	Cukup baik	Tidak baik	Sangat tdk b.	
Sangat Sering	4.18	0.50	0.82	0.85	0.94	7.29
Sering	0.07	3.45	0.10	1.38	1.17	6.17
Cukup Sering	0.60	0.61	3.61	0.00	1.56	6.38
Tidak Sering	0.19	0.58	0.23	0.75	2.39	4.15
Sangat Tdk Sering	1.38	1.88	0.90	3.47	9.03	16.65
						40.64

Uji Signifikan: $dk = (k-1)(b-1) = (5-1)(5-1) = 16$
 pada Taraf signifikan = 5% adalah 26,29

$$\chi^2 = 40.64 > 26,29 ; \text{ Berarti Signifikan.}$$

2. Perhitungan Koefisien Kontingensi (K):

$$\text{rumus: } C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}} = 0.62 \text{ (Kuat)}$$

Lampiran 12:

Perhitungan Kai Kuadrat dan Koefisien Kontingensi:

SALURAN DISTRIBUSI

1. Perhitungan Kai Kuadrat :

Keputusan PEMBELIAN	PERSEPSI THD SALURAN DISTRIBUSI					Jumlah
	Sangat baik	Baik	Cukup baik	Tidak baik	Sangat tdk b.	
Sangat Sering	3	4	3	2	0	12
Sering	2	6	6	1	0	15
Cukup Sering	1	2	8	6	3	20
Tidak Sering	1	1	1	3	3	9
Sangat Tdk Sering	1	1	1	1	4	8
Jumlah	8	14	19	13	10	64

Frekuensi teoritis (ft) rumus:
$$\frac{K_a \times B_x}{T} = \frac{12 \times 8}{64} = 1.50$$

Dengan rumus yang sama, dapat dicari frekuensi teoritis, untuk masing-masing.

Frekuensi Teoritis:

Keputusan PEMBELIAN	PERSEPSI THD SALURAN DISTRIBUSI				
	Sangat baik	Baik	Cukup baik	Tidak baik	Sangat tdk b.
Sangat Sering	1.50	2.63	3.56	2.44	1.88
Sering	1.88	3.28	4.45	3.05	2.34
Cukup Sering	2.50	4.38	5.94	4.06	3.13
Tidak Sering	1.13	1.97	2.67	1.83	1.41
Sangat Tdk Sering	1.00	1.75	2.38	1.63	1.25

Perhitungan χ^2 (kai Kuadrat) rumus:
$$\chi^2 = \sum \left[\frac{(f_o - f_t)^2}{f_t} \right]$$

Besarnya Kai Kuadrat

Keputusan PEMBELIAN	PERSEPSI THD SALURAN DISTRIBUSI					Jumlah
	Sangat baik	Baik	Cukup baik	Tidak baik	Sangat tdk b.	
Sangat Sering	1.50	0.72	0.09	0.08	1.88	4.26
Sering	0.01	2.25	0.54	1.38	2.34	6.52
Cukup Sering	0.90	1.29	0.72	0.92	0.01	3.83
Tidak Sering	0.01	0.48	1.05	0.75	1.81	4.09
Sangat Tdk Sering	0.00	0.32	0.80	0.24	6.05	7.41
						26.11

Uji Signifikan: $dk = (k-1) (b-1) = (5-1) (5-1) = 16$

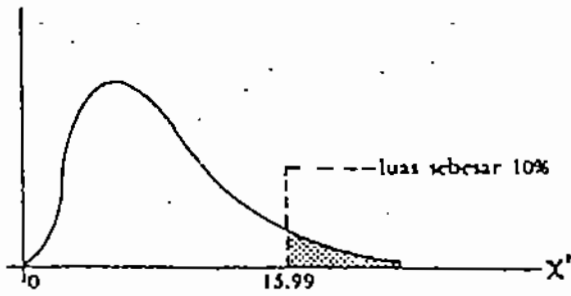
pada Taraf signifikan = 5 % adalah 26,29

$$\chi^2 = 26.11 > 26.29 ; \text{Berarti Signifikan.}$$

2. Perhitungan Koefisien Kontingensi (K):

rumus:
$$C = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}} = 0.54 \text{ (Cukup Kuat)}$$

BEL IX Titik Persentasi Distribusi χ^2



CONTOH: Jika d.f. = 10,
 $P[\chi^2 > 15,79] = 0,10$

P	.995	.99	.975	.95	.90	.75	.50	.25	.10	.05	.025	.01	.005	P	d.f.
1	0,04973	0,0157	0,04982	0,073	0,0158	0,102	0,455	1,323	2,71	3,84	5,02	6,63	7,88	1	1
2	0,0100	0,0201	0,0506	0,103	0,211	0,375	1,386	2,77	4,61	5,99	7,38	9,21	10,60	2	2
3	0,0717	0,115	0,216	0,352	0,584	1,213	2,37	4,11	6,25	7,81	9,35	11,34	12,84	3	3
4	0,207	0,297	0,484	0,711	1,064	1,923	3,36	5,39	7,78	9,49	11,14	13,28	14,86	4	4
5	0,412	0,554	0,831	1,143	1,610	2,67	4,35	6,63	9,24	11,07	12,83	15,09	16,75	5	5
6	0,676	0,872	1,237	1,635	2,20	3,45	5,55	7,84	10,64	12,59	14,45	16,81	18,55	6	6
7	0,989	1,239	1,690	2,17	2,83	4,25	6,35	9,04	12,02	14,07	16,01	18,48	20,3	7	7
8	1,344	1,646	2,18	2,73	3,49	5,07	7,34	10,22	13,36	15,51	17,53	20,1	22,0	8	8
9	1,733	2,09	2,70	3,33	4,17	5,90	8,34	11,39	14,68	16,92	19,02	21,7	23,6	9	9
10	2,16	2,56	3,25	3,94	4,87	6,74	9,34	12,55	15,99	18,31	20,5	23,2	25,2	10	10
11	2,60	3,05	3,82	4,57	5,58	7,58	10,34	13,70	17,28	19,68	21,9	24,7	26,8	11	11
12	3,07	3,57	4,40	5,23	6,30	8,44	11,34	14,85	18,55	21,0	23,3	26,2	28,3	12	12
13	3,57	4,11	5,01	5,89	7,04	9,30	12,34	15,98	19,81	22,4	24,7	27,7	29,8	13	13
14	4,07	4,66	5,63	6,57	7,79	10,17	13,34	17,12	21,1	23,7	26,1	29,1	31,3	14	14
15	4,60	5,23	6,26	7,26	8,55	11,04	14,34	18,25	22,3	25,0	27,5	30,6	32,8	15	15
16	5,14	5,81	6,91	7,96	9,31	11,91	15,34	19,37	23,5	26,3	28,8	32,0	34,3	16	16
17	5,70	6,41	7,56	8,67	10,09	12,79	16,34	20,5	24,8	27,6	30,2	33,4	35,7	17	17
18	6,26	7,01	8,23	9,39	10,86	13,68	17,34	21,6	26,0	28,9	31,5	34,8	37,2	18	18
19	6,84	7,63	8,91	10,12	11,65	14,56	18,34	22,7	27,2	30,1	32,9	36,2	38,6	19	19
20	7,43	8,26	9,59	10,85	12,44	15,45	19,34	23,8	28,4	31,4	34,2	37,6	40,0	20	20
21	8,03	8,90	10,23	11,59	13,24	16,34	20,3	24,9	29,6	32,7	35,5	38,9	41,4	21	21
22	8,64	9,54	10,98	12,34	14,04	17,24	21,3	26,0	30,8	33,9	36,8	40,3	42,8	22	22
23	9,26	10,20	11,69	13,09	14,85	18,14	22,3	27,1	32,0	35,2	38,1	41,6	44,2	23	23
24	9,89	10,86	12,40	13,85	15,66	19,04	23,3	28,2	33,2	36,4	39,4	43,0	45,6	24	24
25	10,52	11,52	13,12	14,61	16,47	19,94	24,3	29,3	34,4	37,7	40,6	44,3	46,9	25	25
26	11,16	12,20	13,84	15,38	17,29	20,8	25,3	30,4	35,6	38,9	41,9	45,6	48,3	26	26
27	11,81	12,88	14,57	16,15	18,11	21,7	26,3	31,5	36,7	40,1	43,2	47,0	49,6	27	27
28	12,46	13,56	15,31	16,93	18,94	22,7	27,3	32,6	37,9	41,3	44,5	48,3	51,0	28	28
29	13,12	14,26	16,05	17,71	19,77	23,6	28,3	33,7	39,1	42,6	45,7	49,6	52,3	29	29
30	13,79	14,95	16,79	18,49	20,6	24,5	29,3	34,8	40,3	43,8	47,0	50,9	53,7	30	30
40	20,7	22,2	24,4	26,5	29,1	33,7	39,3	45,6	51,3	55,8	59,3	63,7	66,8	40	40
50	28,0	29,7	32,4	34,8	37,7	42,9	49,3	56,3	63,2	67,5	71,4	76,2	79,5	50	50
60	35,5	37,5	40,5	43,2	46,5	52,3	59,3	67,0	74,4	79,1	83,3	88,4	92,0	60	60
70	43,3	45,4	48,8	51,7	55,3	61,7	69,3	77,6	85,5	90,5	95,0	100,4	104,2	70	70
80	51,2	53,5	57,2	60,4	64,3	71,1	79,3	88,1	96,8	101,9	106,6	112,3	116,3	80	80
90	59,2	61,8	65,6	69,1	73,7	80,6	89,3	98,6	107,6	113,1	118,1	124,1	128,3	90	90
100	67,3	70,1	74,2	77,9	82,4	90,1	99,3	109,1	118,5	124,3	129,6	135,8	140,2	100	100
Z α	-2,58	-2,55	-1,96	-1,64	-1,28	-0,674	0,000	0,674	1,282	1,645	1,960	2,33	2,58	Z α	

umber: Tabel ini diatur serta disingkat dari *Table of Percentage points of the χ^2 Distribution* oleh Catherine H. Thomson, *Biometrika*, Vol. 32 (1941), hal 187 - 191. Izin Pencer-