

# LAMPIRAN

## Lampiran 1

### Kuesioner

#### Analisis Hubungan Kepuasan dengan Loyalitas Konsumen terhadap Pelumas

#### Shell Helix HX-5

#### DATA RESPONDEN :

1. Apa jenis kelamin anda?
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Berapa usia anda?
  - a. 17 – 27 tahun
  - b. 28 - 38 tahun
  - c. 39 – 49 tahun
  - d. >50 tahun
3. Apa pekerjaan anda?
  - a. Wirausaha / wiraswasta
  - b. Karyawan
  - c. Pedagang
  - d. Lain-lain..
4. Berapa pendapatan anda perbulan?
  - a. Rp. 1.000.000 – 2.000.000
  - b. Rp. 2.000.000 – 3.000.000
  - c. Rp. 3.000.000 – 4.000.000
  - d. Rp. >4.000.000
5. Berapa kali anda membeli Pelumas Shell Helix HX-5 dalam tiga bulan terakhir?
  - a. 1 kali
  - b. 2 kali
  - c. 3 kali
  - d. > 3 kali

### Tingkat kepuasan konsumen Pelumas Shell Helix HX-5

Berikan tanda checklist (✓) untuk menjawab pertanyaan mengenai kepuasan dibawah ini sesuai pendapat anda.

Keterangan :

- Skor 5 = SP (sangat puas)  
 Skor 4 = P (puas)  
 Skor 3 = CP (cukup puas)  
 Skor 2 = TP (tidak puas)  
 Skor 1 = STP (sangat tidak puas)

Bagaimana tingkat kepuasan anda terhadap faktor-faktor dibawah:

No	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		SP	P	CP	TP	STP
01	Untuk membantu performa mesin kendaraan ?					
02	Aman dan anti bocor ?					
03	Mesin kendaraan anda menjadi lebih prima ?					
04	Puas dengan perlindungan tahan lama terhadap mesin kendaraan ?					
05	Tercantumnya jenis pelumas Shell Helix HX-5 terhadap spesifikasi kendaraan ?					
06	Daya tahan pelumas Shell Helix HX-5 sampai dengan 5.000 km ?					

07	Harga yang diberikan kepada konsumen ?					
08	Kualitas yang diberikan oleh pelumas Shell Helix HX-5 ?					
09	Puas dengan teknologi <i>active cleansing agents</i> yang diberikan oleh pelumas Shell Helix HX-5 ?					
10	Puas terhadap merek "Shell Helix HX-5" karena merupakan merek yang mudah diingat dan sudah dikenal ?					

### Tingkatan loyalitas konsumen Pelumas Shell Helix HX-5

1. Anda berpindah-pindah merek pelumas karena faktor harga.

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

(jika anda menjawab setuju/sangat setuju silahkan berhenti dipertanyaan ini, jika tidak anda dapat melanjutkannya)

2. Anda menggunakan pelumas Shell Helix HX-5 karena faktor kebiasaan.

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

(jika anda menjawab setuju/sangat setuju silahkan berhenti dipertanyaan ini, jika tidak anda dapat melanjutkannya)

3. Anda puas menggunakan pelumas Shell Helix HX-5.

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

(jika anda menjawab setuju/sangat setuju silahkan berhenti dipertanyaan ini, jika tidak anda dapat melanjutkannya)

4. Anda menyukai pelumas merek Shell Helix HX-5.

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

(jika anda menjawab setuju/sangat setuju silahkan berhenti dipertanyaan ini, jika tidak anda dapat melanjutkannya)

5. Anda merekomendasikan merek pelumas Shell Helix HX-5 pada orang lain.

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

**HASIL SEBARAN ANGKET  
KARAKTERISTIK RESPONDEN**

NO.	PERTANYAAN					NO.	PERTANYAAN				
	1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
1	A	A	A	B	D	42	A	B	A	B	B
2	A	A	A	D	A	43	A	B	B	B	B
3	A	A	A	C	B	44	A	C	B	C	B
4	A	B	B	B	C	45	A	A	A	B	B
5	A	B	C	B	B	46	A	B	B	C	C
6	A	B	A	B	C	47	A	C	D	C	C
7	A	A	B	C	B	48	A	B	B	B	C
8	A	B	B	A	C	49	A	A	D	C	B
9	A	A	A	C	B	50	B	C	B	C	B
10	A	B	B	A	C	51	B	A	C	D	C
11	A	A	A	C	B	52	A	C	B	B	C
12	B	C	A	B	C	53	B	A	C	C	B
13	A	A	A	C	C	54	A	B	B	C	C
14	A	A	B	C	A	55	B	B	B	D	B
15	A	B	A	C	C	56	A	B	B	B	C
16	B	B	A	A	B	57	B	C	B	B	C
17	B	A	B	B	C	58	B	B	C	B	D
18	A	C	B	B	A	59	A	D	B	C	B
19	A	B	A	A	B	60	B	B	B	B	B
20	A	B	B	C	C	61	A	B	B	C	C
21	A	A	A	B	A	62	B	C	A	B	C
22	B	D	B	C	C	63	A	C	A	B	B
23	A	B	A	B	A	64	A	C	B	B	B
24	A	A	B	A	C	65	A	D	C	B	B
25	A	B	B	C	A	66	B	B	C	D	C
26	B	B	B	B	B	67	A	B	B	B	B
27	A	B	A	C	C	68	B	B	B	D	C
28	A	A	B	A	B	69	A	C	B	B	C
29	A	B	C	C	C	70	B	C	B	D	B
30	A	B	A	D	D	71	A	B	B	D	B
31	A	B	A	B	B	72	B	C	C	B	C
32	A	B	A	A	C	73	A	C	B	D	B
33	A	D	A	C	D	74	A	B	B	B	B
34	A	C	B	A	B	75	B	C	B	D	B
35	B	B	B	C	C	76	A	C	B	D	C
36	A	C	B	A	B	77	A	B	B	B	C
37	A	D	B	B	C	78	B	B	B	B	C
38	B	B	B	D	B	79	A	B	B	C	D
39	A	C	A	C	C	80	A	C	B	B	C
40	A	B	B	B	B	81	B	C	B	C	C
41	A	B	B	B	C						

Sumber : Hasil sebaran angket tahun 2011



38	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48	78	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
39	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	79	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48	
40	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	48	80	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	47	
														81	3	5	3	5	5	3	3	3	3	3	36	

**SKOR**  
**VARIABEL LOYALITAS KONSUMEN (Y)**

NO.	PERNYATAAN					JUMLAH SKOR	NO.	PERNYATAAN					JUMLAH SKOR
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
1	5	-	-	-	-	5	41	1	3	3	3	5	15
2	5	-	-	-	-	5	42	3	3	3	4	-	13
3	3	2	2	4	-	11	43	2	2	3	3	4	14
4	1	2	4	-	-	7	44	2	3	3	3	4	15
5	3	2	4	-	-	9	45	3	3	3	3	5	17
6	2	2	2	4	-	10	46	2	2	2	4	-	10
7	2	4	-	-	-	6	47	2	3	3	3	4	15
8	2	2	3	5	-	12	48	2	2	3	3	4	14
9	2	2	2	4	-	10	49	2	1	3	3	4	13
10	2	2	4	-	-	8	50	2	2	1	4	-	9
11	5	-	-	-	-	5	51	2	1	4	-	-	7
12	2	2	5	-	-	9	52	2	4	-	-	-	6
13	3	3	3	5	-	14	53	2	3	3	4	-	12
14	2	2	2	4	-	10	54	3	1	5	-	-	9
15	3	3	3	5	-	14	55	2	2	4	-	-	8
16	3	2	1	4	-	10	56	2	3	3	5	-	13
17	5	-	-	-	-	5	57	4	0	0	-	-	4
18	2	4	-	-	-	6	58	2	3	4	-	-	9
19	3	2	4	-	-	9	59	3	2	3	4	-	12
20	1	2	4	-	-	7	60	3	2	4	-	-	9
21	2	4	-	-	-	6	61	2	4	-	-	-	6
22	3	3	3	4	-	13	62	5	-	-	-	-	5
23	2	3	5	-	-	10	63	2	4	-	-	-	6
24	2	2	4	-	-	8	64	2	3	5	-	-	10
25	2	2	5	-	-	9	65	2	5	-	-	-	7
26	3	2	3	5	-	13	66	5	-	-	-	-	5
27	3	2	5	-	-	10	67	3	3	5	-	-	11
28	1	2	3	4	-	10	68	3	4	-	-	-	7
29							69						
	3	3	3	5	-	14		1	2	4	-	-	7



30	5	-	-	-	-	<b>5</b>	70	3	2	4	-	-	<b>9</b>
31	2	3	2	4	-	<b>11</b>	71	2	1	4	-	-	<b>7</b>
32	2	4	-	-	-	<b>6</b>	72	2	2	5	-	-	<b>9</b>
33	3	2	3	4	-	<b>12</b>	73	3	5	-	-	-	<b>8</b>
34	3	3	2	4	-	<b>12</b>	74	2	3	4	-	-	<b>9</b>
35	2	3	2	5	-	<b>12</b>	75	3	3	3	5	-	<b>14</b>
36	2	3	3	5	-	<b>13</b>	76	3	3	4	-	-	<b>10</b>
37	2	3	2	3	5	<b>15</b>	77	2	3	3	4	-	<b>12</b>
38	2	2	2	3	5	<b>14</b>	78	2	2	3	4	-	<b>11</b>
39	2	1	3	4	-	<b>10</b>	79	2	5	-	-	-	<b>7</b>
40	2	2	3	3	5	<b>15</b>	80	2	3	4	-	-	<b>9</b>
							81	1	3	2	4	-	<b>10</b>

## Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Kepuasan Konsumen (X)

		Correlations										
		P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	Total
P 1	Pearson Correlation	1	.563**	.618**	.147	.080	.270	.120	-.038	.257	-.056	.445*
	Sig. (2-tailed)	.	.001	.000	.438	.675	.149	.528	.842	.171	.767	.014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P 2	Pearson Correlation	.563**	1	.679**	.390*	.313	.547**	.522**	.377*	.542**	.212	.786**
	Sig. (2-tailed)	.001	.	.000	.033	.092	.002	.003	.040	.002	.260	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P 3	Pearson Correlation	.618**	.679**	1	.222	.118	.450*	.226	.009	.280	.205	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.237	.535	.013	.230	.964	.134	.277	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P 4	Pearson Correlation	.147	.390*	.222	1	.268	.207	.428*	.322	.292	.225	.538**
	Sig. (2-tailed)	.438	.033	.237	.	.152	.272	.018	.083	.118	.231	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P 5	Pearson Correlation	.080	.313	.118	.268	1	.454*	.553**	.494**	.522**	.512**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.675	.092	.535	.152	.	.012	.002	.006	.003	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P 6	Pearson Correlation	.270	.547**	.450*	.207	.454*	1	.535**	.463**	.598**	.478**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.149	.002	.013	.272	.012	.	.002	.010	.000	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P 7	Pearson Correlation	.120	.522**	.226	.428*	.553**	.535**	1	.724**	.407*	.485**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.528	.003	.230	.018	.002	.002	.	.000	.026	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P 8	Pearson Correlation	-.038	.377*	.009	.322	.494**	.463**	.724**	1	.659**	.539**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.842	.040	.964	.083	.006	.010	.000	.	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P 9	Pearson Correlation	.257	.542**	.280	.292	.522**	.598**	.407*	.659**	1	.564**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.171	.002	.134	.118	.003	.000	.026	.000	.	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P 10	Pearson Correlation	-.056	.212	.205	.225	.512**	.478**	.485**	.539**	.564**	1	.620**
	Sig. (2-tailed)	.767	.260	.277	.231	.004	.008	.007	.002	.001	.	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.645*	.786**	.574**	.538**	.652**	.748**	.771**	.696**	.767**	.620**	1
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.001	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	37.0
	Excluded <sup>a</sup>	51	63.0
	Total	81	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P 1	37.4333	29.082	.321	.862
P 2	37.6667	25.057	.710	.829
P 3	37.4333	27.495	.455	.852
P 4	37.4667	27.913	.416	.855
P 5	37.4000	26.869	.552	.844
P 6	37.4333	26.599	.680	.834
P 7	37.6000	24.731	.683	.831
P 8	37.5000	26.190	.599	.840
P 9	37.4667	25.913	.696	.832
P 10	37.3000	27.734	.527	.846

## Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Loyalitas Konsumen (Y)

### Correlations

		P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	Total
P 1	Pearson Correlation	1	.085	-.250	.227	.198	.483**
	Sig. (2-tailed)	.	.656	.183	.227	.295	.007
	N	30	30	30	30	30	30
P 2	Pearson Correlation	.085	1	-.056	.244	.005	.480**
	Sig. (2-tailed)	.656	.	.767	.194	.980	.007
	N	30	30	30	30	30	30
P 3	Pearson Correlation	-.250	-.056	1	.227	.339	.483**
	Sig. (2-tailed)	.183	.767	.	.227	.067	.007
	N	30	30	30	30	30	30
P 4	Pearson Correlation	.227	.244	.227	1	.141	.521**
	Sig. (2-tailed)	.227	.194	.227	.	.456	.003
	N	30	30	30	30	30	30
P 5	Pearson Correlation	.198	.005	.339	.141	1	.685**
	Sig. (2-tailed)	.295	.980	.067	.456	.	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.483**	.480**	.483**	.521**	.685**	1
	Sig. (2-tailed)	.007	.007	.007	.003	.000	.
	N	30	30	30	30	30	30

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

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	37.0
	Excluded <sup>a</sup>	51	63.0
	Total	81	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.690	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P 1	12.5667	1.013	.055	.330
P 2	12.5333	1.016	.060	.323
P 3	12.5667	1.013	.055	.330
P 4	12.2000	1.131	.391	.182
P 5	10.8000	.786	.333	.027

### SURVEI Tingkat Kepuasan

No Res	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Jumlah	Rata-rata
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
3	5	4	3	4	4	3	3	3	3	3	35	3,5
4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48	4,8
5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	45	4,5
6	4	4	5	3	3	3	2	3	4	3	34	3,4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
8	3	2	2	3	5	4	3	5	4	4	35	3,5
9	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	45	4,5
10	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46	4,6
11	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49	4,9
12	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	45	4,5
13	4	4	4	3	4	5	3	4	5	5	41	4,1
14	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	46	4,6
15	5	3	5	5	4	4	3	3	4	5	41	4,1
16	5	4	4	3	3	4	3	3	4	3	36	3,6



42	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49	4,9
43	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48	4,8
44	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	45	4,5
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
46	5	3	4	4	3	4	4	5	3	5	40	4
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4
49	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48	4,8
50	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	45	4,5
51	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	47	4,7
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
54	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	47	4,7
55	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	45	4,5
56	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48	4,8
57	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	47	4,7
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
59	4	3	5	5	5	3	5	5	3	5	43	4,3
60	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	47	4,7
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
64	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	48	4,8
65	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48	4,8

66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
67	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47	4,7
68	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48	4,8
69	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	48	4,8
70	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	46	4,6
71	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	47	4,7
72	3	4	5	3	5	3	4	4	4	3	38	3,8
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
75	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48	4,8
76	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	40	4
77	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48	4,8
78	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47	4,7
79	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48	4,8
80	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	47	4,7
81	3	5	3	5	5	3	3	3	3	3	36	3,6
Rata-rata	3,56	3,57	3,69	3,74	3,64	3,61	3,64	3,69	3,73	3,58		4,6

### SURVEI LOYALITAS KONSUMEN (Y)

NO.	PERNYATAAN					JUMLAH SKOR	NO.	PERNYATAAN					JUMLAH SKOR
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
1	5	-	-	-	-	5	41	1	3	3	3	5	15
2	5	-	-	-	-	5	42	3	3	3	4	-	13
3	3	2	2	4	-	11	43	2	2	3	3	4	14
4	1	2	4	-	-	7	44	2	3	3	3	4	15
5	3	2	4	-	-	9	45	3	3	3	3	5	17
6	2	2	2	4	-	10	46	2	2	2	4	-	10
7	2	4	-	-	-	6	47	2	3	3	3	4	15
8	2	2	3	5	-	12	48	2	2	3	3	4	14
9	2	2	2	4	-	10	49	2	1	3	3	4	13
10	2	2	4	-	-	8	50	2	2	1	4	-	9
11	5	-	-	-	-	5	51	2	1	4	-	-	7
12	2	2	5	-	-	9	52	2	4	-	-	-	6
13	3	3	3	5	-	14	53	2	3	3	4	-	12
14	2	2	2	4	-	10	54	3	1	5	-	-	9
15	3	3	3	5	-	14	55	2	2	4	-	-	8
16	3	2	1	4	-	10	56	2	3	3	5	-	13
17	5	-	-	-	-	5	57	4	0	0	-	-	4
18	2	4	-	-	-	6	58	2	3	4	-	-	9
19	3	2	4	-	-	9	59	3	2	3	4	-	12
20	1	2	4	-	-	7	60	3	2	4	-	-	9
21	2	4	-	-	-	6	61	2	4	-	-	-	6
22	3	3	3	4	-	13	62	5	-	-	-	-	5
23	2	3	5	-	-	10	63	2	4	-	-	-	6
24	2	2	4	-	-	8	64	2	3	5	-	-	10
25	2	2	5	-	-	9	65	2	5	-	-	-	7
26	3	2	3	5	-	13	66	5	-	-	-	-	5
27	3	2	5	-	-	10	67	3	3	5	-	-	11
28	1	2	3	4	-	10	68	3	4	-	-	-	7
29	3	3	3	5	-	14	69	1	2	4	-	-	7
30	5	-	-	-	-	5	70	3	2	4	-	-	9
31	2	3	2	4	-	11	71	2	1	4	-	-	7
32	2	4	-	-	-	6	72	2	2	5	-	-	9
33	3	2	3	4	-	12	73	3	5	-	-	-	8
34	3	3	2	4	-	12	74	2	3	4	-	-	9
35	2	3	2	5	-	12	75	3	3	3	5	-	14
36	2	3	3	5	-	13	76	3	3	4	-	-	10
37	2	3	2	3	5	15	77	2	3	3	4	-	12
38	2	2	2	3	5	14	78	2	2	3	4	-	11



39	2	1	3	4	-	<b>10</b>	79	2	5	-	-	-	<b>7</b>
40	2	2	3	3	5	<b>15</b>	80	2	3	4	-	-	<b>9</b>
							81	1	3	2	4	-	<b>10</b>
							<b>Rank</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>24</b>	<b>28</b>	<b>10</b>	

### Nilai Korelasi Rank Spearman

#### Correlations

			Kepuasan (X)	Loyalitas Konsumen (Y)
Spearman's rho	Kepuasan (X)	Correlation Coefficient	1.000	.689**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	81	81
	Loyalitas Konsumen (Y)	Correlation Coefficient	.689**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	81	81

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

**NILAI-NILAI  $r$  PRODUCT MOMENT**

N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	41	0,308	0,398
4	0,950	0,990	42	0,304	0,393
5	0,878	0,958	43	0,301	0,389
6	0,811	0,917	44	0,297	0,384
7	0,754	0,874	45	0,294	0,380
8	0,707	0,834	46	0,291	0,376
9	0,666	0,798	47	0,288	0,372
10	0,632	0,765	48	0,284	0,368
11	0,602	0,735	49	0,281	0,364
12	0,576	0,708	50	0,179	0,361
13	0,553	0,684	55	0,266	0,345
14	0,532	0,661	60	0,254	0,330
15	0,514	0,641	65	0,244	0,317
16	0,479	0,623	70	0,236	0,306
17	0,482	0,606	75	0,227	0,296
18	0,468	0,590	80	0,220	0,286
19	0,456	0,575	85	0,213	0,278
20	0,444	0,561	90	0,207	0,270
21	0,433	0,549	95	0,202	0,063
22	0,423	0,537	100	0,195	0,256
23	0,413	0,526	125	0,176	0,230
24	0,404	0,515	150	0,159	0,210
25	0,396	0,505	175	0,149	0,194
26	0,388	0,496	200	0,138	0,181
27	0,381	0,487	300	0,113	0,148
28	0,374	0,478	400	0,098	0,128
29	0,367	0,470	500	0,088	0,115
<b>30</b>	<b>0,361</b>	0,463	600	0,080	0,105

Sumber : Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis, ALFABETA, Bandung , 2003.