

LAMPIRAN I

(Kuesioner)

Angket Variabel Instagram Ads (X1)

Saudara/saudari responden yang terhormat,

Bersama ini, saya Yudi Antoni mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya konsentrasi Manajemen Pemasaran, saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Instagram Ads dan *Endorse* terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett”. Mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner dibawah ini dengan kriteria sebagai berikut :

1. Masyarakat Indonesia yang pernah melihat iklan Scarlett
2. Masyarakat Indonesia yang pernah melihat *Endorse* Scarlett
3. Masyarakat Indonesia yang pernah membeli produk Scarlett

Informasi saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden No.Responden :

Nama :
 Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
 Usia :

II. Informasi Umum

5. Apakah anda pernah melihat iklan atau *Endorse* produk scarlett ?

Ya Tidak

6. Apakah Anda pernah membeli produk scarlett ?

Ya Tidak

III. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda Check list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kreteria penelitian :

- (SS) Sangat Setuju dengan bobot 5
 (S) Setuju dengan bobot 4
 (KS) Kurang Setuju dengan bobot 3
 (TS) Tidak Setuju dengan bobot 2
 (STS) dan Sangat Tidak Setuju dengan bobot 1

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1	<i>Attitudes Toward The Ad</i>	1. Saya suka dengan iklan yang ada di instagram @scarlett_whitening					
		2. Iklan yang disajikan di instagram @scarlett_whitening sangat menarik					
2	<i>Add Recall</i>	1. Iklan yang terdapat pada Instagram @scarlett_whitening mudah untuk diingat					
		2. Iklan instagram tentang scarlett mudah untuk di cari					
3	<i>Click Through Rate</i>	1. Saya selalu mengklik iklan – iklan Scarlett yang ditawarkan pada beranda pencarian instagram					
		2. Saya selalu merespon iklan yang ada pada instagram @scarlett_whitening					

Angket Variabel *Endorse* (X2)

Saudara/saudari responden yang terhormat,

Bersama ini, saya Yudi Antoni mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya konsentrasi Manajemen Pemasaran, saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Instagram *Ads* dan *Endorse* terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett”. Mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner dibawah ini dengan kriteria sebagai berikut :

1. Masyarakat Indonesia yang pernah melihat iklan Scarlett
2. Masyarakat Indonesia yang pernah melihat *Endorse* Scarlett
3. Masyarakat Indonesia yang pernah membeli produk Scarlett

Informasi saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden No.Responden :

Nama :
 Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
 Usia :

II. Informasi Umum

7. Apakah anda pernah melihat iklan atau *Endorse* produk scarlett ?

Ya Tidak

8. Apakah Anda pernah membeli produk scarlett ?

Ya Tidak

III. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda Check list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kreteria penelitian :

- (SS) Sangat Setuju dengan bobot 5
 (S) Setuju dengan bobot 4
 (KS) Kurang Setuju dengan bobot 3
 (TS) Tidak Setuju dengan bobot 2
 (STS) dan Sangat Tidak Setuju dengan bobot 1

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Dapat Dipercaya (<i>trustworthiness</i>)	1. <i>Endorse</i> – <i>Endorse</i> scarlett dapat dipercaya					
		2. <i>Endorser</i> Scarlett sangat jujur ketika memberi informasi produk nya					
		3. <i>Endorser</i> pada produk scarlett sangat bermutu					
2	Keahlian (<i>expertise</i>)	1. <i>Endorser</i> Scarlett sangat relevan dengan produk yang di tawarkan					
		2. <i>Endorser</i> produk Scarlett memiliki pengetahuan mengenai produknya					
		3. <i>Endorser</i> Scarlett sangat berpengalaman					
3	Daya Tarik (<i>attractiveness</i>)	1. Penampilan <i>Endorser</i> Scarlett membuat saya tertarik					
		2. Perilaku dari <i>Endorser</i> Scarlett membuat saya tertarik					
4.	Tingkat Dihargai (<i>Respect</i>)	1. Para <i>Endorser</i> Scarlett sangat terkenal					
		2. Para <i>Endorser</i> Scarlett adalah orang – orang yang					

		berpengaruh di dunia Entertainment					
5.	Kesamaan (<i>Similarity</i>)	1. Para <i>Endorser</i> Scarlett memiliki usia yang sama dengan konsumen Scarlett					
		2. Para <i>Endorser</i> Scarlett sangat suka merawat diri					

Angket Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Saudara/saudari responden yang terhormat,

Bersama ini, saya Yudi Antoni mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya konsentrasi Manajemen Pemasaran, saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Instagram *Ads* dan *Endorse* terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett”. Mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner dibawah ini dengan kriteria sebagai berikut :

1. Masyarakat Indonesia yang pernah melihat iklan Scarlett
2. Masyarakat Indonesia yang pernah melihat *Endorse* Scarlett
3. Masyarakat Indonesia yang pernah membeli produk Scarlett

Informasi saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden No.Responden :

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia :

II. Informasi Umum

9. Apakah anda pernah melihat iklan atau *Endorse* produk scarlett ?

Ya Tidak

10. Apakah Anda pernah membeli produk scarlett ?

Ya Tidak

III. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda Check list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kreteria penelitian :

(SS) Sangat Setuju dengan bobot 5

(S) Setuju dengan bobot 4

(KS) Kurang Setuju dengan bobot 3

(TS) Tidak Setuju dengan bobot 2

(STS) dan Sangat Tidak Setuju dengan bobot 1

No	Indikator	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Kemantapan pada sebuah produk	1. Saya memutuskan membeli produk Scarlett karena informasi yang didapatkan sudah jelas					
2.	Kebiasaan dalam membeli produk	1. Saya membeli Produk Scarlett setelah mendapatkan rekomendasi dari pengalaman orang terdekat					
3.	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	1. Saya bersedia merekomendasikan Produk Scarlett kepada teman atau keluarga					
4.	Melakukan pembelian ulang	1. Saya akan tetap berbelanja produk Scarlett sebagai pilihan pertama dalam membeli produk kecantikan					

LAMPIRAN II

(Hasil Olah Data)

Hasil Uji Validitas Instagram Ads (X1)

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,680**	,471**	,364**	,510**	,544**	,757**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,680**	1	,574**	,483**	,530**	,574**	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,471**	,574**	1	,628**	,447**	,535**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,364**	,483**	,628**	1	,323**	,352**	,632**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,510**	,530**	,447**	,323**	1	,805**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,544**	,574**	,535**	,352**	,805**	1	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	,757**	,808**	,759**	,632**	,822**	,856**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	,456**	,426**	,434**	,574**	,553**	,513**	,406**	,453**	,827**	1	,427**	,546**	,696**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.11	Pearson Correlation	,377**	,395**	,453**	,585**	,571**	,509**	,291**	,287**	,460**	,427**	1	,414**	,603**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,003	,004	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.12	Pearson Correlation	,489**	,499**	,539**	,528**	,517**	,519**	,499**	,525**	,511**	,546**	,414**	1	,684**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	,850**	,854**	,874**	,874**	,853**	,869**	,817**	,814**	,703**	,696**	,603**	,684**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,771**	,776**	,705**	,888**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,771**	1	,827**	,698**	,902**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,776**	,827**	1	,799**	,938**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,705**	,698**	,799**	1	,897**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	,888**	,902**	,938**	,897**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	

N	100	100	100	100	100
---	-----	-----	-----	-----	-----

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

Hasil Uji Reliabilitas Instagram Ads (X1)

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,862	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	19,55	8,593	,651	,841
X1.2	19,42	8,448	,724	,830
X1.3	19,52	8,676	,658	,840
X1.4	19,32	9,412	,511	,862
X1.5	19,95	7,280	,695	,836
X1.6	19,99	7,182	,755	,821

Hasil Uji Realiabilitas *Endorse* (X2)

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,944	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	44,92	35,084	,814	,937
X2.2	45,02	35,333	,821	,936
X2.3	45,01	35,384	,846	,936
X2.4	44,99	36,394	,850	,936
X2.5	44,98	36,141	,824	,937
X2.6	45,06	34,905	,837	,936
X2.7	44,93	34,833	,770	,938
X2.8	45,05	35,240	,769	,938
X2.9	44,86	36,162	,636	,943
X2.10	44,79	36,895	,636	,943
X2.11	45,15	37,503	,527	,947
X2.12	44,90	37,889	,634	,943

Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,923	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	12,06	5,390	,812	,905
Y.2	12,17	5,193	,829	,898
Y.3	12,20	4,949	,887	,878
Y.4	12,23	4,543	,792	,919

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,61767149
Most Extreme Differences	Absolute	,160
	Positive	,089
	Negative	-,160
Test Statistic		,160
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		,011
Point Probability		,000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Multikolinieritas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Endorse, Instagram Ads ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
- b. All requested variables entered.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	602,091	2	301,045	112,717	,000 ^b
	Residual	259,069	97	2,671		
	Total	861,160	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), *Endorse*, Instagram Ads

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1,995	1,254		-1,591	,115		
	Instagram Ads	,472	,094	,545	4,998	,000	,261	3,833
	<i>Endorse</i>	,145	,049	,320	2,935	,004	,261	3,833

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Instagram Ads	<i>Endorse</i>
1	1	2,986	1,000	,00	,00	,00
	2	,012	15,946	,96	,10	,04
	3	,003	33,911	,04	,90	,96

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6,78	20,85	16,22	2,466	100
Residual	-8,540	4,954	,000	1,618	100
Std. Predicted Value	-3,829	1,877	,000	1,000	100
Std. Residual	-5,226	3,032	,000	,990	100

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X1X2, <i>Endorse</i> , Instagram Ads, X2_Kuadrat, X1_Kuadrat ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: U2t

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,485 ^a	,235	,194	7,27319

a. Predictors: (Constant), X1X2, *Endorse*, Instagram Ads, X2_Kuadrat, X1_Kuadrat

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1528,138	5	305,628	5,778	,000 ^b
	Residual	4972,535	94	52,899		
	Total	6500,673	99			

a. Dependent Variable: U2t

b. Predictors: (Constant), X1X2, *Endorse*, Instagram Ads, X2_Kuadrat, X1_Kuadrat

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-9,202	18,839		-,488	,626
	Instagram Ads	-5,581	2,374	-2,344	-2,351	,021
	<i>Endorse</i>	3,139	1,257	2,529	2,497	,014
	X1_Kuadrat	,791	,204	14,709	3,883	,000
	X2_Kuadrat	,126	,045	9,271	2,764	,007
	X1X2	-,652	,189	-23,455	-3,458	,001

a. Dependent Variable: U2t

Hasil Uji Koefisien Regresi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	602,091	2	301,045	112,717	,000 ^b
	Residual	259,069	97	2,671		
	Total	861,160	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), *Endorse*, *Instagram Ads*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,995	1,254		-1,591	,115
	<i>Instagram Ads</i>	,472	,094	,545	4,998	,000
	<i>Endorse</i>	,145	,049	,320	2,935	,004

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,995	1,254		-1,591	,115
	<i>Instagram Ads</i>	,472	,094	,545	4,998	,000
	<i>Endorse</i>	,145	,049	,320	2,935	,004

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	602,091	2	301,045	112,717	,000 ^b
	Residual	259,069	97	2,671		
	Total	861,160	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), *Endorse*, *Instagram Ads*

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,836 ^a	,699	,693	1,634

a. Predictors: (Constant), *Endorse*, *Instagram Ads*

T Tabel untuk 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

Diproduksi oleh : Junaidi(<http://junaidichaniago.wordpress.com>)

Tabel Nilai Kritis Distribusi CHI-SQUARE

df	0,1	0,05	0,025	0,001	0,005
81	97,679581	103,009509	107,783410	113,512410	117,524222
82	98,780329	104,138738	108,937294	114,694895	118,726134
83	99,880461	105,267177	110,090238	115,876266	119,926817
84	100,979987	106,394840	111,242259	117,056544	121,126292
85	102,078918	107,521741	112,393374	118,235749	122,324581
86	103,177265	108,647893	113,543598	119,413900	123,521704
87	104,275037	109,773309	114,692947	120,591015	124,717683
88	105,372246	110,898003	115,841436	121,767111	125,912536
89	106,468900	112,021986	116,989080	122,942207	127,106284
90	107,565009	113,145270	118,135893	124,116319	128,298944
91	108,660581	114,267868	119,281889	125,289463	129,490534
92	109,755627	115,389790	120,427081	126,461656	130,681073
93	110,850154	116,511047	121,571483	127,632913	131,870578
94	111,944171	117,631651	122,715107	128,803249	133,059065
95	113,037686	118,751612	123,857967	129,972679	134,246550
96	114,130707	119,870939	125,000073	131,141217	135,433049
97	115,223242	120,989644	126,141437	132,308877	136,618578
98	116,315298	122,107735	127,282072	133,475672	137,803151
99	117,406883	123,225221	128,421989	134,641617	138,986783
100	118,498004	124,342113	129,561197	135,806723	140,169489
101	119,588667	125,458419	130,699709	136,971004	141,351283
102	120,678880	126,574148	131,837533	138,134471	142,532177
103	121,768650	127,689308	132,974681	139,297137	143,712185
104	122,857982	128,803908	134,111163	140,459013	144,891320
105	123,946883	129,917955	135,246987	141,620111	146,069595
106	125,035359	131,031458	136,382163	142,780442	147,247022
107	126,123417	132,144425	137,516701	143,940016	148,423613
108	127,211062	133,256862	138,650610	145,098844	149,599379
109	128,298300	134,368777	139,783897	146,256938	150,774332
110	129,385136	135,480178	140,916573	147,414305	151,948483
111	130,471576	136,591071	142,048644	148,570958	153,121843
112	131,557626	137,701464	143,180120	149,726905	154,294423
113	132,643290	138,811363	144,311008	150,882155	155,466234
114	133,728575	139,920774	145,441316	152,036719	156,637285
115	134,813484	141,029704	146,571052	153,190604	157,807586
116	135,898022	142,138160	147,700223	154,343821	158,977148
117	136,982196	143,246147	148,828836	155,496377	160,145979
118	138,066008	144,353672	149,956899	156,648281	161,314089
119	139,149464	145,460740	151,084419	157,799541	162,481488
120	140,232569	146,567358	152,211403	158,950166	163,648184

Sumber : <https://spada.uns.ac.id/mod/resource/view.php?id=130284>

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

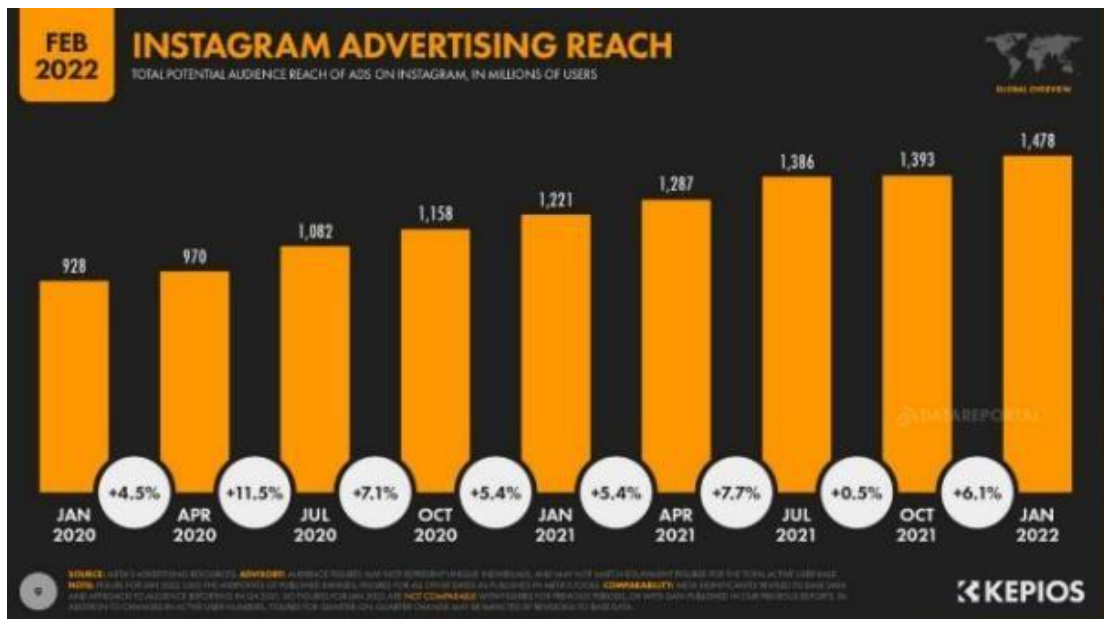
Sumber : http://repository.upi.edu/14867/16/S_PEA_1005771_Appendix7.pdf

LAMPIRAN

(Tabel Gambar)



Sumber : <https://datareportal.com>



Sumber : Kepios



Sumber : <https://compas.co.id/article/top-5-brand-perawatan-wajah/>