

DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Semarang: CV Asy Syfa', 1998)

BUKU

Aldy Purnomo, Rochmat. 2017. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*, (Ponogoro: CV Wade Group)

Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta)

Astusi, Miguna dan Nurhafifah matondang. 2020. *Manajemen Pemasaran, UMKM Dan Digital Sosial Media*, (Yogyakarta : CV Budi Utama,)

Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* (Semarang: CV Asy Syfa', 1998)

Duli, Nikolaus. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*, (Sleman : Deepublish)

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, (Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro)

Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut Ke Mulut* (Jakarta: Medpress)

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Manajemen Pemasara* (Jakarta: Erlangga)

Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga)

- Nirmala Arum Janie, Dyah. 2012. *Statistik Deskriptif dan Regresi Linear Berganda dengan SPSS*, (Semarang : Semarang University Press)
- Sangadji, M. dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertasi: Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: Peneliti Andi)
- Schiffman, Leon G dan Kanuk. 2009. *Perilaku Konsumen Alih bahasa Zulkifli Kasip* (Jakarta: PT. Indeks Group Gramedia)
- Shinta, Agustina. 2019 *Manajemen Pemasaran* (Malang: UB Press)
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta. Cet. Ke-22
- Sugiyono. 2019. “*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*”. (Bandung: Alfabeta)
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian – Bisnis &Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press)
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)* (Yogyakarta: CPNS)
- Swastha. 2007. *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: liberty offset)

JURNAL DAN SKRIPSI

- Aji pamungkas, Bagas, Siti Zuhroh, ”Pengaruh promosi di *media social* dan *world of mouth* terhadap keputusan pembelian studi kasus pada kedai bontacos jombang”, Dalam : *Jurnal Komunikasi* STIE PGRI Jombang Volume 10, (2016)
- Ali, karnila, “Pengaruh Promosi Melalui *Media Sosial* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Konsumen Memilih *Wedding Organizer* Studi Pada Konsumen Art Project Lampung di Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah”. Dalam : *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Universitas Muhammadiyah Metro , Volumen 1 (2020)

- Baktiono, R. Agus dan I Putu Artaya, *Memilih Media Sosial Sebagai Sarana Bisnis Online melalui Pendekatan Uji Categorical* , Dalam : *Jurnal Manajemen Kinerja*, Vol. 2 (2016)
- Cecilia Pongpare Munda, Nadya, “ pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian di Van Hengel Katering Bandung” (Skripsi. Bandung: Sekolah Tinggi Pariwisata, 2019)
- Erianti Karunia Asri, Brian,“ Pengaruh *E-WoM* dan Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjung Wisatawan Berdasarkan Persepsi Daya Tarik Wisata Menurut Karakteristik Demografis Pada Taman Wisata Alam Mangrove Pantai Indah Kapuk”, (Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta: 2018)
- Mariska Robot, Juwita, *Analisis Pengaruh Advertising, Personal Selling, Sales Promotion, Publicity dan Word of mouth terhadap Keputusan Pembelian*”. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, Vol.3 (2015)
- Riantika, Irma, “Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Daya Tarik, dan Lokasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Dicurug Sidoharjo” (Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, 2016)
- Suprihatin, Wiwik, “Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi *Covid-19* Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat”.Dalam: *Jurnal Bestari* , Volume 1 (2020)
- Syahbani , M. Fariz dan Arry Widodo, ”*Food Blogger Instagram: Promotion Through Social Media*”. *Jurnal Ecodemica*,Vol. 1 (2017)
- Taryani, Hiladayati Putri, Murni Astuti, “Tinjauan Usaha Jasa Wedding Organizer di CV. Adith Trithama Padang”. Dalam:*Jurnal Kapita Seleakta Geografi*, Volume 2 (2019)

Triasih, Retno, “Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media dan World Of Mouth Marketing Terhadap Keputusan Nasabah Untuk melakukan Pembiayaan Studi pada Nasabah Pegadaian Unit Pelayanan Syariah Chandra” (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan; Lampung, 2020)

INTERNET

Asosiasi Penyelenggara jasa internet “*survei Internet APJII 2020*” di akses dari <http://www.apjii.or.id/survei> pada tanggal 07 Januari 2021 pukul 20:30

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**KEPUTUSAN REKTOR
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
NOMOR 553 TAHUN 2021**

**TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
TAHUN ANGGARAN 2021**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
REKTOR UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

- Menimbang** : a. Bahwa untuk menyelesaikan ujian sarjana bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten dipandang perlu untuk menunjuk Pembimbing Utama dan Pembimbing Pembantu;
b. Bahwa mahasiswa tersebut perlu memperoleh bimbingan yang sebaik-baiknya dalam menyelesaikan Skripsi, sehingga dapat menyelesaikan studi kesarjanaannya.
c. Bahwa Saudara Dr. Itang, M.Ag. dan Saudara Havid Risyanto, M.Sc. masing-masing Dosen UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten telah memenuhi syarat untuk diangkat sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Pembantu.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang R.I Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi
3. Keputusan Presiden RI Nomor 39 Tahun 2017 tentang Perubahan IAIN Sultan Maulana Hasanudin Banten, menjadi UIN Sultan Maulana Hasanudin Banten
4. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 23 Tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten
5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 383 tahun 1997 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana S1
6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 32 tanggal 26 September 2017 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor B.II/3/54242 tanggal 27 Juli 2017 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.
8. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 100/Un.17/B.III.2/Kp.07.6/10/2017 tanggal 17 Oktober 2017 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten
9. Surat Keputusan Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Nomor 026483 Tahun 2021 tanggal 26 Juli 2021 tentang Kalender Akademik Tahun Akademik 2021/2022.
- Memperhatikan** : Surat Ketua Jurusan Ekonomi Syariah tentang Pengesahan Sidang Diskusi Proposal Penelitian Skripsi tanggal 15 September 2021
a.n : Ahmad Firdaus
NIM : 171410143

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : **KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN TAHUN ANGGARAN 2021**
- Kesatu : Mengangkat Saudara **Dr. Itang, M.Ag.** sebagai Pembimbing Utama dan Saudara **Havid Risyanto, M.Sc.** sebagai Pembimbing Pembantu bagi mahasiswa tersebut di atas dengan judul skripsi: **Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Service Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Konsumen Dewi Production Kota Serang Banten).**
- Kedua : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan tersebut untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.
- Ketiga : Keputusan ini berlaku dimulai sejak tanggal ditetapkan.

Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.



Ditetapkan : Serang
Pada Tanggal : 12 Oktober 2021
a.n Rektor


Nihayatul Maskuroh

Tembusan:

1. Para Wakil Dekan 1,2,3;
2. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah;
3. Bendahara UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
4. Mahasiswa yang bersangkutan; dan
5. Arsip



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Jenderal Sudirman Nomor 30 Serang 42118 ☎ (0254) 200323 Fax. 200022
website: www.uinbanten.ac.id

Nomor : B-580/Un.17/F.V.J.1/PP.009/11/2021 Serang, 01
November 2021

Sifat : Biasa

Lampiran : -

Hal : Surat Permohonan Data Penelitian
Yth. Kepada
Dewi Production
Jl. Ayip Usman No. 89 Cikepuh Kel. Unyur Kota Serang
Banten

Assalamu`alaikum, Wr. Wb.

Salam silaturahmi kami sampaikan, semoga Bapak/Ibu dapat melaksanakan tugas dengan baik dan sukses dalam menjalankan aktifitas keseharian, serta senantiasa dalam lindungan Allah SWT. Amin.

Selanjutnya, berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Nomor: 026483 Tahun 2021 tentang Pedoman Akademik, khususnya yang mengatur mengenai penelitian sebagai tugas akhir perkuliahan, kami mengharapkan bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi atau data dalam rangka penyusunan dan penulisan skripsi tersebut.

Adapun judul skripsi yang dimaksud adalah **Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Konsumen Memilih Wedding Service Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Konsumen Dewi Production)**. Akan dibahas oleh:

Nama : Ahmad Firdaus
NIM : 171410143
Jurusan : Ekonomi Syariah
Tahun Akademik : 2021/ 2022

Demikian atas bantuan dan perhatian Bapak/Ibu, kami menghaturkan ucapan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.



Dekan.

Nihavatul

KUESIONER PENELITIAN PERCOBAAN VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Nama : Pendidikan :
 Email : Pekerjaan :
 Usia :

1. PETUNJUK PENGISIAN

Penelitian dilakukan dengan skala berikut :

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

2. Daftar Pernyataan

Variabel	Indikator	Pernyataan
Social Media (X1) Merupakan konten berisi informasi yang dibuat oleh orang yang memanfaatkan teknologi penerbitan sangat mudah diakses dan dimaksudkan untuk memfasilitasi komunikasi, pengaruh dan interaksi dengan sesama dan dengan khalayak umum.	1. Context Jasa pernikahan Dewi Production melakukan promosi dengan menggunakan disain yang menarik dan waktu penyampaian konten yang Up date 2. Communication Respon admin jasa pernikahan Dewi Production dan efektifitas jawaban yang disampaikan admin jasa pernikahan Dewi	1. Informasi yang diberikan tentang jasa pernikahan Dewi Production dilengkapi dengan gambar sehingga menarik perhatian saya. 2. Saya melihat Up Date informasi terbaru tentang jasa pernikahan Dewi Production 3. Admin akun jasa pernikahan Dewi Production cepat merespon pertanyaan /mention dari followers 4. Admin Akun jasa

	<p>Production 3. Collaboration Keterlibatan kustomer dalam menanggapi promosi jasa pernikahan Dewi Production di instagram dan manfaat atas informasi yang di berikan jasa pernikahan Dewi Production melalui Akun instagram</p> <p>4. Connection Membangun hubungan yang berkelanjutan dan timbang balik antara kustomer dan jasa pernikahan Dewi Production (Chris Heuer dalam M.Fariz Syahbani dan Arry Widodo, 2017</p>	<p>pernikahan Dewi Production menjawab pertanyaan dari followers dengan baik dan mudah dipahami</p> <p>5. Informasi yang disampaikan jasa pernikahan Dewi Production melalui akun instagram saya menanggapinya dengan like dan comment</p> <p>6. Akun instagram jasa pernikahan Dewi Production suatu pemenuhan kebutuhan atas informasi mengenai jasa pernikahan</p> <p>7. Admin sudah membangun hubungan yang baik berkomunikasi dengan followers melalui akun instagram</p> <p>8. Mengikuti akun instagram jasa pernikahan Dewi Production menjadikan hubungan saya dengan jasa pernikahan Dewi Production semakin deka</p>
<p>Word of Mouth (X2) merupakan bagian dari setrategi promosi dalam kegiatan pemasaran</p>	<p>1. Membicarakan Berbicara atau membicarakan mengenai kemudahan dan</p>	<p>1. Saya membicarakan kepada orang lain, kemudahan apa saja yang saya peroleh jika mengggunakan jasa</p>

<p>yang menggunakan “orang ke orang” yang puas untuk meningkatkan kesadaran produk dan menghasilkan tingkat penjualan tertentu. Komunikasi dari mulut ke mulut menyebar melalui jaringan bisnis, sosial dan masyarakat yang dianggap sangat berpengaruh.</p>	<p>ketepatan produk jasa pernikahan Dewi Production</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Mempromosikan 3. Merekomendasikan 4. Menjual 	<p>pernikahan Dewi Production</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Saya mempromosikan pada kalangan terdekat, keuntungan apa saja yang saya dapat selama menggunakan jasa pernikahan Dewi Production 3. Saya memberikan rekomendasi kepada teman-teman tentang produk jasa pernikahan Dewi Production 4. Meyakinkan beberapa kerabat yang memiliki persepsi negatif, untuk melangsungkan pernikahan pada masa pandemi 5. Saya menyampaikan beberapa kerabat produk yang didapat saat pernikahan dengan produk saat promosi itu sesuai
<p>Keputusan konsumen (Y) merupakan proses dimana konsumen melewati lima tahapan seperti pengenalan produk, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perhatian (Attention) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya menaruh perhatian terhadap produk jasa pernikahan Dewi Production 2. Saya tertarik menggunakan jasa pernikahan Dewi Production karena adanya kebutuhan atas tujuan yang harus

<p>pembelian dan pasca pembelian yang dimulai jauh sebelum pembeli aktual dilakukan dan memiliki dampak yang lama setelah itu.</p>	<p>konsumen</p> <p>2. Ketertarikan (Interest) Pesan yang disampaikan menimbulkan perasaan ingin tahu, ingin mengamati, dan ingin mendengar serta melihat lebih seksama</p> <p>3. Keinginan (Desire) Bagaimana suatu iklan dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk memiliki produk yang diiklankan</p> <p>4. Tindakan (Action) Adanya keinginan kuat konsumen sehingga terjadi pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk yang ditawarkan (Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, 2009</p>	<p>dicapai</p> <p>3. Saya akan mencari informasi dengan teliti mengenai jasa pernikahan Dewi Production</p> <p>4. Saya tertarik menggunakan produk jasa pernikahan Dewi Production karena kemudahan akses informasi</p> <p>5. Saya berkeinginan menggunakan jasa pernikahan Dewi Production karena menurut saya jasa pernikahan Dewi Production dapat bermanfaat bagi saya</p> <p>6. Saya memutuskan untuk menggunakan jasa pernikahan Dewi Production</p>
--	--	--

**PENILAIAN HASIL PENELITIAN PERCOBAAN VARIABEL
MEDIA SOSIAL (X1)**

No	Nama	Sosial Media (X1)								Total
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	Hasan Setiawan	5	4	4	5	5	5	5	4	37
2	Noval Endan	4	4	5	5	5	5	4	4	36
3	Ahmad Reviansyah	4	4	4	4	4	4	5	4	33
4	Muhammad Alfajar	5	4	4	4	5	4	4	5	35
5	Ari Nurdian Pratama	5	3	4	3	4	4	4	4	31
6	Irawan Hakiki	5	5	4	5	5	5	5	5	39
7	Alfitri Yanti	5	4	5	3	5	4	5	5	36
8	Mu'minah	4	4	3	3	3	4	4	3	28
9	Hadi Aspirin	4	4	4	4	4	5	4	4	33
10	Mayang Sari	4	4	4	3	4	5	4	3	31
11	Siti Khoirunisa	3	4	4	3	4	3	4	4	29
12	Islah Faradiba	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	Farah	4	5	5	5	5	5	5	5	39
14	Muhammad Arif	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	Nisa Fitriyani	5	4	5	5	5	4	4	5	37
16	Putri Ani	5	5	4	3	5	5	3	5	35
17	Nurul Wasiah	4	4	5	5	4	5	4	4	35
18	Diah Khairunisa	5	4	5	5	4	5	5	5	38
19	Isnen Daeni	5	5	5	5	5	5	5	5	40
20	Amalia Hasanah	5	4	5	5	5	5	5	5	39
21	Ariya Ananda	5	5	4	5	4	5	4	5	37
22	Andri Yandi	5	4	5	4	4	5	5	5	37
23	Andre Farizal	4	4	4	4	5	5	4	3	33
24	Asih Lestari	4	4	5	4	4	5	5	4	35
25	Novia	5	5	4	4	5	3	4	5	35
26	Amelia Fratini	5	5	4	4	5	5	4	4	36
27	Winda Risilfa	4	4	5	2	4	4	3	4	30
28	Desi Ratna Sari	4	4	4	4	4	5	4	3	32
29	Cindy Vania	4	4	4	4	4	5	4	3	32
30	Nova Risdiana	5	5	4	4	5	4	4	4	35
31	Sri Lestari	4	4	5	4	4	4	4	4	33

32	Hardiansyah	5	5	5	5	5	5	5	5	40
33	Huda Aulia Pasya	5	4	4	4	5	4	5	5	36
34	Annisa Rahma	5	5	5	5	5	5	5	5	40
35	Firmaniaku	5	5	4	4	5	5	5	4	37
36	Bayu Aji Saputra	4	5	4	4	4	5	4	5	35
37	Safira	4	5	4	5	4	5	5	5	37
38	Desi Ratna Sari	5	5	5	5	5	5	4	4	38
39	Rizqia Mutiatul Khiaroh	4	5	4	4	4	5	4	4	34
40	Nurul Ienayah	4	4	4	4	5	5	4	4	34
41	Eva Muzdalifah	5	5	5	4	5	5	5	5	39
42	Asri Tiara Sani	4	4	4	5	5	5	4	5	36
43	Elis	4	5	4	4	5	4	5	5	36
44	Erin ratna Komala	4	4	4	5	5	4	5	5	36
45	Iyus Yestiana	4	5	4	4	5	5	4	5	36
46	Rizki Aditya	5	4	5	4	4	4	5	5	36
47	Aryati Galbi	5	5	5	4	4	4	5	4	36
48	Devia Bilqis	4	4	5	4	4	5	5	5	36
49	Annisa	5	4	4	4	3	4	4	4	32
50	Cicik Apriliani	4	5	5	4	3	5	4	4	34
51	Rizka windytiafitli	5	5	5	5	4	4	4	4	36
52	Farilawati	4	5	4	4	5	4	4	5	35
53	Elsa Salsabila	4	5	4	4	4	4	4	4	33
54	Yuri Saputri	5	5	5	5	4	4	4	4	36
55	Evi Humaira	5	3	4	4	4	4	4	4	32
56	Agung Firmansyah	4	5	5	4	4	4	5	4	35
57	Muhammet	5	4	4	4	4	4	4	4	33
58	Debi Sela Wati	5	4	4	4	5	4	4	4	34
59	Mimbar Wahyudi	5	5	5	4	4	4	4	4	35
60	Hasan Saputra	5	5	5	4	4	4	4	4	35
61	Nadratul Uyun	5	4	5	4	5	4	4	5	36
62	Andriansyah	5	4	5	3	4	5	4	4	34
63	Kharisma Suntoro	3	4	4	5	4	3	4	5	32
64	Erik Arizki	4	3	4	4	4	4	4	4	31

**PENILAIAN HASIL PENELITIAN PERCOBAAN VARIABEL
WORD OF MOUTH (X2)**

No	Nama	Word Of Mouth (X2)					Total
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	Hasan Setiawan	5	5	5	4	4	23
2	Noval Endan	4	4	4	3	4	19
3	Ahmad Reviansyah	4	4	5	5	4	22
4	Muhammad Alfajar	4	5	3	4	4	20
5	Ari Nurdian Pratama	5	4	4	4	4	21
6	Irawan Hakiki	5	5	5	4	5	24
7	Alfitri Yanti	3	5	4	3	5	20
8	Mu'minah	3	3	3	3	3	15
9	Hadi Aspirin	4	4	4	4	5	21
10	Mayang Sari	3	3	3	3	4	16
11	Siti Khoirunisa	4	4	3	3	3	17
12	Islah Faradiba	5	5	5	5	5	25
13	Farah	5	4	4	4	4	21
14	Muhammad Arif	4	4	4	4	4	20
15	Nisa Fitriyani	4	4	4	4	4	20
16	Putri Ani	5	4	4	3	3	19
17	Nurul Wasiah	4	4	4	4	5	21
18	Diah Khairunisa	5	4	5	5	5	24
19	Isnen Daeni	5	5	5	4	5	24
20	Amalia Hasanah	5	5	5	5	5	25
21	Ariya Ananda	4	4	4	4	4	20
22	Andri Yandi	4	3	4	3	4	18
23	Andre Farizal	3	3	4	5	4	19
24	Asih Lestari	4	4	4	4	5	21
25	Novia	4	3	4	4	3	18
26	Amelia Fratini	3	3	3	3	3	15
27	Winda Risilfa	4	3	3	3	3	16
28	Desi Ratna Sari	3	3	3	4	4	17
29	Cindy Vania	4	3	3	4	4	18
30	Nova Risdiana	4	3	3	5	3	18

31	Sri Lestari	3	4	4	5	4	20
32	Hardiansyah	5	5	5	5	5	25
33	Huda Aulia Pasya	4	3	4	4	4	19
34	Annisa Rahma	4	5	4	4	4	21
35	Firmaniaku	4	5	5	4	5	23
36	Bayu Aji Saputra	5	5	5	5	5	25
37	Safira	4	4	4	4	4	20
38	Desi Ratna Sari	4	3	3	4	3	17
39	Rizqia Mutiatul Khiaroh	3	3	3	4	5	18
40	Nurul Ienayah	5	4	4	4	4	21
41	Eva Muzdalifah	3	4	4	5	4	20
42	Asri Tiara Sani	4	3	3	4	4	18
43	Elis	4	4	3	4	4	19
44	Erin ratna Komala	5	3	4	3	5	20
45	Iyus Yestiana	5	4	4	5	5	23
46	Rizki Aditya	4	4	5	4	4	21
47	Aryati Galbi	3	2	5	4	4	18
48	Devia Bilqis	4	5	5	4	4	22
49	Annisa	4	5	4	4	4	21
50	Cicih Apriliani	4	3	5	4	5	21
51	Rizka windytafitli	3	4	4	4	4	19
52	Farilawati	4	4	4	4	4	20
53	Elsa Salsabila	3	4	4	4	4	19
54	Yuri Saputri	4	4	5	4	3	20
55	Evi Humaira	4	4	5	4	4	21
56	Agung Firmansyah	5	4	5	5	5	24
57	Muhammet	5	4	4	5	3	21
58	Debi Sela Wati	5	3	3	3	3	17
59	Mimbar Wahyudi	3	4	4	4	4	19
60	Hasan Saputra	4	4	4	4	5	21
61	Nadratul Uyun	5	4	4	4	4	21
62	Andriansyah	4	3	4	4	4	19
63	Kharisma Suntoro	4	4	4	4	4	20
64	Erik Arizki	5	4	3	5	2	19

65	Elly Wirahayu	3	2	2	2	3	12
66	Erik Arizki	4	3	4	4	4	19
67	Dian Sudiana	5	4	5	4	4	22
68	Nurul Fadilah Azahra	5	4	3	4	4	20
69	Santy Regina	5	3	3	3	2	16
70	Irhamna Ayundita	5	4	5	5	4	23
71	Karlina Kostami	4	5	4	4	5	22
72	Putri Amel	4	4	4	5	5	22
73	Nisa Azizah	4	4	5	4	5	22
74	Alfahsya Nur fauzan	4	4	5	5	4	22
75	Aulia Nur Fadilah	5	5	4	4	5	23
76	Dewi Komalasari	4	5	4	5	4	22
77	Febi Fauziyah	4	5	4	4	5	22
78	Fitri Yani	5	4	4	4	5	22
79	Lina Rahmawati	5	5	3	5	4	22
80	Lulu Fitri yani	4	5	5	5	4	23
81	Mala Utami	3	4	4	4	3	18
82	Afiyah Syabila Santosoe Putri	5	4	4	3	3	19

**PENILAIAN HASIL PENELITIAN PERCOBAAN VARIABEL
KEPUTUSAN KOSUMEN MEMILIH JASA WEDDING (Y)**

Keputusan Konsumen (Y)							Total	
No	Nama	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5		Y6
1	Hasan Setiawan	5	5	5	5	5	5	30
2	Noval Endan	4	4	5	5	4	4	26
3	Ahmad Reviansyah	5	5	4	4	4	4	26
4	Muhammad Alfajar	5	5	5	3	4	3	25
5	Ari Nurdian Pratama	4	4	4	4	4	4	24
6	Irawan Hakiki	5	5	5	5	5	5	30
7	Alfitri Yanti	5	3	5	5	4	4	26
8	Mu'minah	4	3	3	3	4	3	20
9	Hadi Aspirin	3	3	3	3	3	3	18
10	Mayang Sari	4	4	3	3	4	3	21
11	Siti Khoirunisa	5	4	4	4	4	4	25
12	Islah Faradiba	5	5	5	5	5	5	30
13	Farah	4	4	4	4	4	4	24
14	Muhammad Arif	4	4	4	4	4	4	24
15	Nisa Fitriyani	4	4	4	4	4	4	24
16	Putri Ani	5	4	4	5	4	4	26
17	Nurul Wasiah	5	5	4	4	5	5	26
18	Diah Khairunisa	5	5	5	4	5	5	29
19	Isnen Daeni	5	5	5	5	5	5	30
20	Amalia Hasanah	5	5	5	5	4	4	28
21	Ariya Ananda	4	4	5	4	4	4	25
22	Andri Yandi	3	4	4	4	5	4	24
23	Andre Farizal	4	4	4	4	5	5	26
24	Asih Lestari	5	4	4	5	5	4	27
25	Novia	4	3	5	5	4	4	25
26	Amelia Fratini	4	4	4	4	4	4	24
27	Winda Risilfa	4	5	3	5	4	4	25
28	Desi Ratna Sari	4	4	4	4	4	4	24
29	Cindy Vania	4	4	4	4	4	4	24
30	Nova Risdiana	4	5	4	4	3	4	24

31	Sri Lestari	5	5	5	4	5	5	29
32	Hardiansyah	5	5	5	5	5	5	30
33	Huda Aulia Pasya	4	4	4	4	5	5	26
34	Annisa Rahma	5	5	4	4	5	5	28
35	Firmaniaku	5	4	4	4	4	3	24
36	Bayu Aji Saputra	5	5	5	5	5	5	30
37	Safira	4	4	3	3	3	3	20
38	Desi Ratna Sari	5	5	4	5	5	5	29
39	Rizqia Mutiatul Khiaroh	3	5	5	5	5	4	27
40	Nurul Ienayah	4	4	4	4	4	4	24
41	Eva Muzdalifah	4	4	4	5	4	5	26
42	Asri Tiara Sani	5	4	4	4	4	4	25
43	Elis	5	4	4	5	4	4	26
44	Erin ratna Komala	4	4	5	4	5	4	26
45	Iyus Yestiana	5	4	4	4	5	2	24
46	Rizki Aditya	4	3	5	5	4	4	25
47	Aryati Galbi	4	4	4	5	4	5	26
48	Devia Bilqis	5	4	4	4	4	4	25
49	Annisa	4	4	4	4	4	5	25
50	Cicih Apriliani	4	5	4	4	4	4	25
51	Rizka windytiafitli	4	5	4	5	4	5	27
52	Farilawati	5	5	3	5	5	5	28
53	Elsa Salsabila	5	4	4	5	5	5	28
54	Yuri Saputri	5	5	4	5	5	5	29
55	Evi Humaira	4	5	4	4	5	4	26
56	Agung Firmansyah	4	5	5	5	5	5	29
57	Muhammet	5	5	3	4	4	4	25
58	Debi Sela Wati	4	4	4	4	4	4	24
59	Mimbar Wahyudi	5	4	5	4	4	5	27
60	Hasan Saputra	4	5	4	4	5	4	26
61	Nadratul Uyun	5	4	5	4	4	5	27
62	Andriansyah	4	4	3	4	4	5	24
63	Kharisma Suntoro	5	5	4	4	5	4	27
64	Erik Arizki	4	4	3	3	4	4	22

65	Elly Wirahayu	4	5	4	4	4	4	25
66	Erik Arizki	4	4	5	4	4	4	25
67	Dian Sudiana	5	4	4	4	5	4	26
68	Nurul Fadilah Azahra	4	4	4	5	4	4	25
69	Santy Regina	5	5	5	5	5	5	30
70	Irhamna Ayundita	5	4	4	4	5	5	27
71	Karlina Kostami	5	4	5	5	4	4	27
72	Putri Amel	5	4	4	4	5	5	27
73	Nisa Azizah	4	4	5	4	4	3	24
74	Alfahsya Nur fauzan	3	5	5	4	5	5	27
75	Aulia Nur Fadilah	4	5	5	3	4	5	26
76	Dewi Komalasari	4	5	5	4	4	5	27
77	Febi Fauziah	4	4	4	5	5	4	26
78	Fitri Yani	4	5	4	4	5	5	27
79	Lina Rahmawati	5	5	5	4	4	5	28
80	Lulu Fitri yani	4	4	5	4	4	5	26
81	Mala Utami	5	5	4	4	5	5	28
82	Afiah Syabila Santosoe Putri	4	5	5	4	4	4	26

HASIL HITUNG SPSS UJI VALIDITAS MEDIA SOSIAL (X1)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	XTOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.153	.221	.182	.211	.098	.180	.207	.508*
	Sig. (2-tailed)		.170	.046	.103	.057	.380	.105	.062	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X2	Pearson Correlation	.153	1	.118	.184	.119	.141	.024	.211	.453*
	Sig. (2-tailed)	.170		.289	.098	.286	.207	.832	.057	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X3	Pearson Correlation	.221	.118	1	.116	-	.087	.180	.224	.434*
	Sig. (2-tailed)	.046	.289		.299	.018	.436	.106	.043	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X4	Pearson Correlation	.182	.184	.116	1	.315**	.220	.448**	.335**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.103	.098	.299		.004	.047	.000	.002	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X5	Pearson Correlation	.211	.119	-.018	.315**	1	.233	.224	.331**	.563**
	Sig. (2-tailed)	.057	.286	.873	.004		.035	.043	.002	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X6	Pearson Correlation	.098	.141	.087	.220	.233	1	.197	-.065	.439*
	Sig. (2-tailed)	.380	.207	.436	.047	.035		.076	.562	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X7	Pearson Correlation	.180	.024	.180	.448**	.224	.197	1	.413**	.617**
	Sig. (2-tailed)	.105	.832	.106	.000	.043	.076		.000	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
X8	Pearson Correlation	.207	.211	.224	.335**	.331**	-	.413**	1	.619**
	Sig. (2-tailed)	.062	.057	.043	.002	.002	.065	.000		.000
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82
XTOTAL	Pearson Correlation	.508**	.453**	.434**	.674**	.563**	.439**	.617**	.619**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	82	82	82	82	82	82	82	82	82

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

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

HASIL HITUNG SPSS UJI VALIDITAS *WORD OF MOUTH* (X2)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	XTOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.363**	.278*	.215	.120	.564**
	Sig. (2-tailed)		.001	.011	.052	.284	.000
	N	82	82	82	82	82	82
X2	Pearson Correlation	.363**	1	.466**	.394**	.420**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000	.000
	N	82	82	82	82	82	82
X3	Pearson Correlation	.278*	.466**	1	.445**	.488**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000		.000	.000	.000
	N	82	82	82	82	82	82
X4	Pearson Correlation	.215	.394**	.445**	1	.309**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.052	.000	.000		.005	.000
	N	82	82	82	82	82	82
X5	Pearson Correlation	.120	.420**	.488**	.309**	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.284	.000	.000	.005		.000
	N	82	82	82	82	82	82
XTO	Pearson Correlation	.564**	.770**	.776**	.669**	.684**	1
TAL	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	82	82	82	82	82	82

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

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

**HASIL HITUNG SPSS UJI VALIDITAS KEPUTUSAN
KONSUMEN MEMILI JASA *WEDDING SERVICE***

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	YTOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.244*	.149	.263*	.301**	.216	.545**
	Sig. (2-tailed)		.027	.182	.017	.006	.052	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82
Y2	Pearson Correlation	.244*	1	.202	.147	.409**	.421**	.619**
	Sig. (2-tailed)	.027		.068	.187	.000	.000	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82
Y3	Pearson Correlation	.149	.202	1	.337**	.218*	.299**	.594**
	Sig. (2-tailed)	.182	.068		.002	.049	.006	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82
Y4	Pearson Correlation	.263*	.147	.337**	1	.342**	.379**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.017	.187	.002		.002	.000	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82
Y5	Pearson Correlation	.301**	.409**	.218*	.342**	1	.453**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.049	.002		.000	.000
	N	82	82	82	82	82	82	82
Y6	Pearson Correlation	.216	.421**	.299**	.379**	.453**	1	.729**
	Sig. (2-tailed)	.052	.000	.006	.000	.000		.000
	N	82	82	82	82	82	82	82
YTO	Pearson Correlation	.545**	.619**	.594**	.650**	.685**	.729**	1
TAL	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	82	82	82	82	82	82	82

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

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

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL MEDIA SOSIAL

Reliabilitas Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.654	8

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL *WORD OF*

MOUTH

Reliabilitas Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	5

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL KEPUTUSAN

KONSUMEN MEMILIH JASA *WEDDING SERVICE*

Reliabilitas Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.711	6

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
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

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
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

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
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

Diproduksi oleh : Junaidi

(<https://junaidichaniago.wordpress.com>), 2010

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20

21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81

72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

