

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Hasil analisis persentase pada karakteristik lama mengelola bisnis butik diketahui bahwa, mayoritas responden telah mengelola bisnis butik selama 4 sampai 5 tahun yaitu sebesar 49%.
2. Hasil analisis regresi dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. *Strategic posture* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Misi strategi memoderasi (meningkatkan pengaruh) *strategic posture* terhadap kinerja perusahaan.
 - b. *Organization structure* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Misi strategi memoderasi (meningkatkan pengaruh) *organization structure* terhadap kinerja perusahaan.
 - c. *Competitive marketing tactic* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Misi strategi memoderasi (meningkatkan pengaruh) *competitive marketing tactic* terhadap kinerja perusahaan.

5.2. Implikasi Manjerial

Persaingan bisnis yang semakin ketat dewasa ini menuntut pihak manajemen suatu perusahaan untuk menggunakan strategi pemasaran yang tepat bagi produk atau jasa layanan yang dijualnya. Pihak perusahaan harus mengamati

kondisi persaingan bisnis yang selalu berkembang atau berubah setiap saatnya. Strategi pemasaran merupakan pernyataan (baik secara implisit maupun eksplisit) mengenai bagaimana suatu merek atau lini produk mencapai tujuannya. Hal ini penting untuk dilakukan dengan tujuan untuk menjaga iklim persaingan antar perusahaan.

Menghadapi persaingan dengan perusahaan sejenis, perusahaan dapat membuat strategi bisnis yang mantap untuk memenangkan persaingan yang ada. Strategi yang dapat digunakan oleh pihak manajemen dalam meningkatkan kinerja perusahaan menurut Covin *et al.*, (2000) adalah *managerial choices* yang terdiri dari tiga elemen yaitu *strategic posture* (keadaan strategis), *organizational structure* (struktur organisasi), dan *competitive marketing tactics* (taktik pemasaran kompetitif).

Selain strategi *managerial choices*, untuk mencapai tujuan organisasi perusahaan juga memiliki suatu misi strategis (Covin *et al.*, 2000). Misi strategis dikonseptualisasikan sebagai hal yang ada di sepanjang rangkaian kesatuan yang berkisar dari strategi bentuk di satu sisi dan strategi hasil di sisi lain. Ada beberapa pilihan misi strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan yaitu misi strategi *build strategy*, *hold strategy*, *harvest strategy*, *divest strategy*, dan misi strategi yang lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimanakah efek moderasi dari misi strategi, yaitu apakah misi strategi memperkuat pengaruh *managerial choices* terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian memberikan bukti yang nyata bahwa misi strategi yang dipilih atau diterapkan pihak perusahaan memperkuat pengaruh

managerial choices yang terdiri dari *strategic posture*, *organizational structure*, dan *competitive marketing tactics* terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak manajemen perusahaan, khususnya perusahaan bisnis butik di kota Yogyakarta untuk menggunakan misi strategi yang paling cocok diterapkan dalam perusahaan guna menunjang peningkatan kinerja perusahaan.

5.3. Saran

1. Hasil analisis regresi moderasi diketahui bahwa misi strategi meningkatkan pengaruh *managerial choices* (*strategic posture*, *organizational structure*, dan *competitive marketing tactics*) terhadap kinerja perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pilihan misi strategi yang tepat mampu memberikan kontribusi positif bagi pihak perusahaan dalam bentuk peningkatan kinerja perusahaan. Berdasarkan hal tersebut maka pihak manajemen harus dapat menentukan misi strategi yang digunakan dengan memperhatikan iklim persaingan antar bisnis butik maupun keadaan internal organisasi.
2. Hasil analisis regresi moderasi diketahui bahwa pengaruh *strategic posture* terhadap kinerja perusahaan relatif lebih rendah (24,8%) dibandingkan pengaruh *organizational structure* (29%), dan *competitive marketing tactics* (45,4%). Berdasarkan hal tersebut maka pihak manajemen perusahaan butik untuk lebih memperhatikan pengembangan atau inovasi produk dan pelayanan, menciptakan banyak produk baru untuk ditawarkan kepada konsumen, serta melakukan reaksi secara cepat (memberikan respon dalam

bentuk tindakan nyata) terutama dalam menghadapi perubahan strategi yang dilakukan oleh bisnis butik lainnya maupun dalam menghadapi persaingan bisnis butik secara global.

5.4. Keterbatasan Penelitian

Penulis menyadari skripsi ini memiliki banyak keterbatasan yang menyebabkan hasil penelitian jauh dari sempurna. Beberapa keterbatasan yang melingkupi penelitian ini antara lain adalah variabel yang digunakan untuk memprediksi kinerja perusahaan terbatas pada variabel *managerial choice* dan misi strategi. Kelemahan penelitian ini yang lainnya adalah responden yang mengisi atau menjawab kuesioner terdiri dari karyawan dan pimpinan (*owner*) bisnis butik. Hal ini tentu saja tidak akurat jika karyawan turut serta mengisi atau menjawab kuesioner. Berdasarkan hal tersebut maka penulis menyarankan pada penelitian mendatang untuk menambah variabel yang mampu memprediksi kinerja perusahaan. Whellen dan Hunger (2000) menyatakan bahwa kinerja perusahaan dapat ditingkatkan seperti strategi bisnis, struktur organisasi, kemampuan manajemen puncak, ketidakpastian lingkungan dan lain sebagainya, serta membatasi responden yang dapat menjawab atau mengisi kuesioner yaitu hanya pada pimpinan bisnis butik saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Anto, D., (2000), *Pengantar Metode Statistik*, Jilid II, Penerbit LP3ES, Jakarta.
- As'ad, M., (2002), *Psikologi Industri (Seri Ilmu Sumber Daya Manusia)*, Cetakan Keempat, Edisi Revisi, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Bennet, R., dan Cooper, R., (1998), *Beyond the Marketing Concept*, Bussiness Horison, Vol. 22.
- Cooper, D.R., dan Emory, C.W., (1997), *Metode Penelitian Bisnis*, Jilid I, Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Covin, G.J., Slevin, D.P., Schultz, R.L., (2000), Implementing Strategic Missions: Effectives Strategic, Structural, and Tactical Choice, *Journal of Management Studies*, Vol. 31. No. 4.
- David, F. R., (2002), *Manajemen Strategi*, Edisi Ketujuh. Penerbit PT Prenhallindo.Jakarta.
- Evans R.K, Timothy, D.L, Po-Chien, L, Shouming, Z., (2007), How Sales Controls Affect Job-related Outcomes: The Role of Organizational Sales-Relates Psychological Climate Perception, *Journal of The Academy Mark.*, Vol. 35. h: 445 - 459.
- Gupta, G., dan Govindarajan, R., (1984), *Strategic Management*. New Jersey. Addison Wisley.
- Hadi, S., (2000), *Analisis Butir Untuk Instrumen*, Jilid 1, Cetakan Lima, Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.
- Hair Jr., J.F. R.E. Anderson, R.L, Tatham, and W.C. Black., (2001), *Multivariate Data Analysis: With Readings*, 5th ed, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Jogiyanto, H., (2004), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Penerbit BPFE Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Kotler, P., (2008) *Marketing Management*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Mathis, R.I., dan Jacson, J.H., (2002), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Santoso S. dan Tjiptono, T., (2001), *Riset Pemasaran*, Penerbit Elexmedia Komputindo, Jakarta.

Sentono, P.S., (1992), *Kebijakan Kinerja Karyawan*, Penerbit BPFE, Yogyakarta.

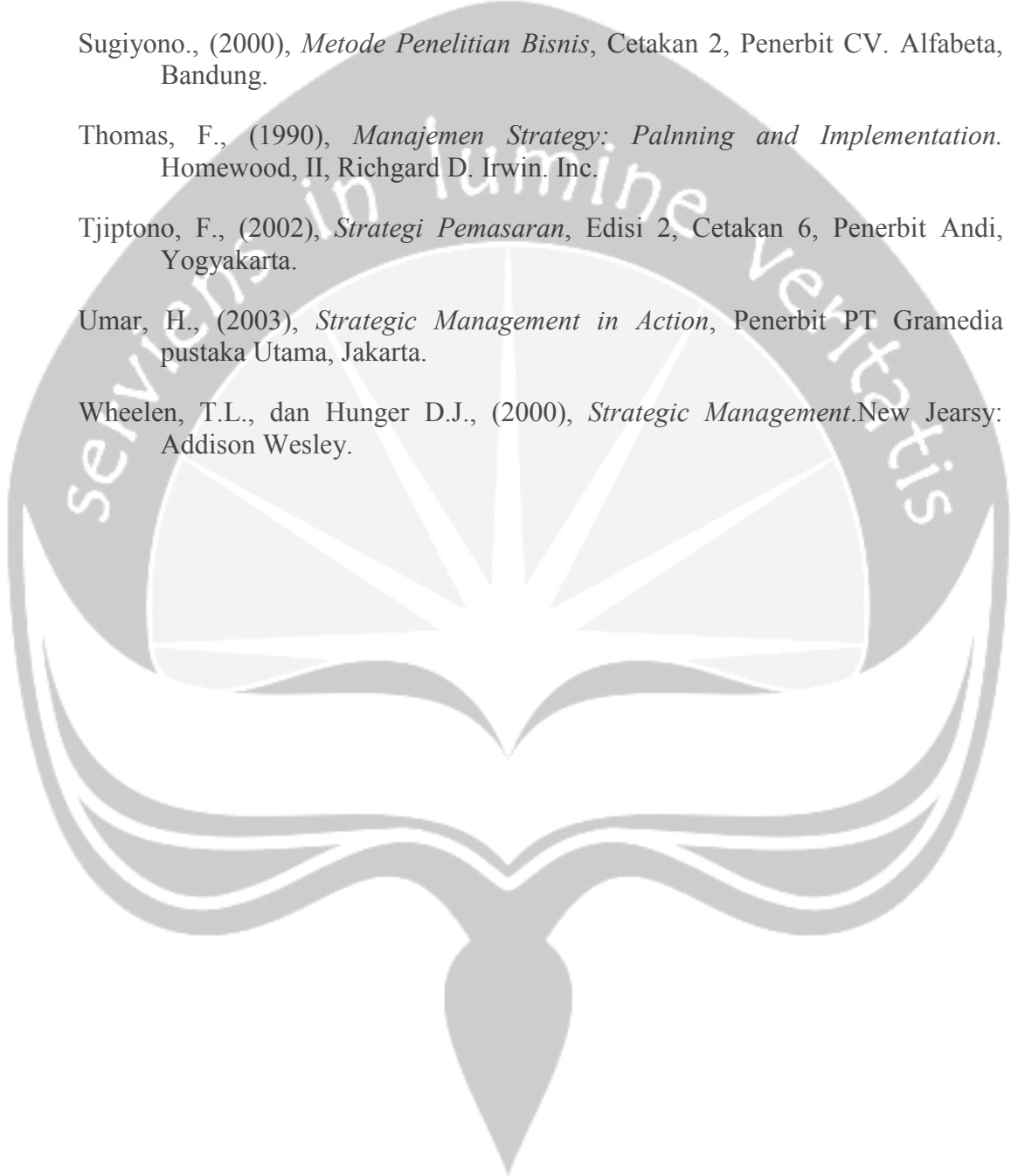
Sugiyono., (2000), *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan 2, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.

Thomas, F., (1990), *Manajemen Strategy: Palnning and Implementation*. Homewood, II, Richgard D. Irwin. Inc.

Tjiptono, F., (2002), *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Cetakan 6, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Umar, H., (2003), *Strategic Management in Action*, Penerbit PT Gramedia pustaka Utama, Jakarta.

Wheelen, T.L., dan Hunger D.J., (2000), *Strategic Management*. New Jearsy: Addison Wesley.





KUESIONER

I. BAGIAN PERTAMA

Berikut ini merupakan pertanyaan mengenai karakteristik demografi. Saudara dipersilahkan untuk menjawab dengan memberi tanda silang (X) atau (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan karakteristik Saudara.

1. Nama butik:

2. Lama usaha:

- a. 2 - 3 tahun
- b. 4 – 5 tahun
- c. Lebih dari 5 tahun
- d.

II. STRATEGIC MISSION

Berikut ini adalah pertanyaan mengenai misi strategis yang dapat digunakan atau telah diterapkan oleh suatu perusahaan. Anda dipersilahkan untuk memberi bobot mulai dari 0% sampai 100% dengan ketentuan jumlah bobot keempat misi strategi adalah 100%.

No	Strategi	Keterangan	Bobot/ Persentase
1	<i>Build strategy</i>	Meningkatkan penjualan dan pangsa pasar, dengan mengharapkan pengembalian investasi yang rendah pada jangka pendek atau menengah yang disesuaikan dengan kebutuhan.	%
2	<i>Hold strategy</i>	Memelihara pangsa pasar dan mendapatkan pengembalian yang rasional dari investasi yang ditanamkan	%
3	<i>Harvest strategy</i>	Memaksimalkan keuntungan dan aliran kas untuk jangka pendek maupun menengah dengan mengorbankan pangsa pasar yang disesuaikan kebutuhan	%
4	<i>Divest strategy</i>	Melakukan persiapan penjualan perusahaan, likuidasi maupun bangkrut	%
TOTAL			100%

III. MANAGERIAL CHOICE

Berikut ini adalah strategi pilihan manajerial. Anda dipersilahkan untuk menjawab dengan memberi tanda silang (X) atau (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

A. Strategic Posture

1. Pada umumnya, top manjer dari unit bisnis kami

Lebih menekankan pada penjualan produk atau pelayanan

Lebih menekankan pada pengembangan, kepemimpinan dan inovasi

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

2. Berapa banyak jumlah produk atau pelayanan yang dijual dalam unit bisnis anda dalam dua tahun terakhir

Tidak satupun jenis produk atau pelayanan

Sangat banyak produk atau pelayanan

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Perubahan produk atau pelayanan disesuaikan dengan kebutuhan dari pasar	Perubahan produk atau pelayanan dilakukan secara periodik					
1	2	3	4	5	6	7

3. Dalam persaingan dengan kompetitor, unit bisnis kami

Melakukan respon saat kompetitor melakukan suatu aksi

Secara aktif melakukan aksi

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Jarang memperkenalkan produk/pelayanan, teknik administrasi, dan penggunaan teknologi baru

Sering memperkenalkan produk/pelayanan, teknik administrasi, dan penggunaan teknologi baru

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Lebih sering menghindari persaingan

Lebih sering menghadapi persaingan

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

4. Pada umumnya, Manajer unit bisnis kami mengharapkan

Lebih mengutamakan bisnis yang minim resiko

Lebih menyukai bisnis yang mengandung resiko tinggi

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

5. Pada umumnya, Manajer unit bisnis kami percaya bahwa

Mengikuti perkembangan pasar merupakan suatu hal yang terbaik

Menciptakan suatu trend baru merupakan hal yang terbaik

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

6. Saat harus melakukan pengambilan keputusan dalam situasi yang tidak menentu, unit bisnis kami

Berhati-hati dalam mengadopsi startegi khusus, menunggu dan melihat kondisi untuk meminimalkan biaya yang harus ditanggung

Berani mengadopsi startegi khusus dalam rangka memaksimalkan keuntungan maupun kesempatan yang ada

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

B. Organization Structure

Pada umumnya, filosofi sistem operasi manajemen dari unit bisnis kami

Komuniaksi dengan pimpinan hanya dapat dilakukan secara langsung dengan atasan yang bersangkutan

Karyawan dapat memberikan informasi/berkomunikasi dengan mudah dengan pimpinan perusahaan

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Menggunakan gaya kepemimpinan yang sama pada semua unit bisnis

Menggunakan gaya kepemimpinan yang disesuaikan dengan kebutuhan

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Memberikan tekanan yang sama dalam proses pengambilan keputusan pada setiap level manajer

Memberikan kebebasan kepada para manajer lini untuk mengambil keputusan

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Memberikan tekanan yang sama mengenai prinsip-prinsip organisasi yang harus dipatuhi

Memberikan kebebasan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi lingkungan

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Memberikan tekanan yang sama kepada karyawan untuk mengikuti aturan formal dalam perusahaan

Memberikan kebebasan kepada para karyawan untuk melakukan sesuatu jika itu baik dan dibutuhkan

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Melakukan pengawasan yang ketat				Memberikan pengawasan yang secukupnya		
1	2	3	4	5	6	7

Memberikan tekanan yang sama pada karyawan dan staff untuk menyelesaikan pekerjaan sesuai dengan prosedur pekerjaan				Memberikan kebebasan kepada karyawan dan staff untuk menggunakan cara kerja yang efektif dan efisien		
1	2	3	4	5	6	7

C. Competitive Marketing Tactic

Harga

Harga jual produk/jasa layanan lebih mahal dibandingkan perusahaan pesaing

Harga jual produk/jasa layanan lebih murah dibandingkan perusahaan pesaing

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Pengeluaran Iklan

Dibandingkan kompetitor kami, unit bisnis kami menggunakan.....

Biaya iklan untuk produk/jasa layan perusahaan relatif lebih kecil

Biaya iklan untuk produk/jasa layan perusahaan relatif lebih besar

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Ukuran penjualan

Dibandingkan kompetitor kami, perusahaan kami menggunakan tenaga pemasaran.....

Menggunakan tenaga pemasaran yang sedikit

Menggunakan tenaga pemasaran yang banyak

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Penjualan kredit

Kami memperpanjang waktu pembayaran kredit

Sangat tidak setuju

Sangat setuju

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Pengembangan produk baru

Pada umumnya, top manajer unit bisnis kami memperhatikan aktivitas pengembangan produk baru untuk diperkenalkan kepada konsumen

Sangat tidak setuju

Sangat setuju

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Perbaikan produk

Pada umumnya, top manajer unit bisnis kami memperhatikan aktivitas perbaikan fungsi produk untuk menjadi lebih sempurna

Sangat tidak setuju

Sangat setuju

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Perluasan lini produk

Lini produk unit bisnis kami lebih sedikit dibandingkan kompetitor

Lini produk unit bisnis kami lebih banyak dibandingkan kompetitor

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

IV TINGKAT KEPENTINGAN KINERJA PERUSAHAAN

Berikut ini merupakan kuesioner mengenai tingkat kepentingan kinerja perusahaan. Anda dipersilahkan untuk menjawab dengan memberi tanda silang (X) atau (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan sebagai berikut: SS (Sangat setuju); S (Setuju), CS (Cukup Setuju); TS (Tidak Setuju); STS (Sangat Tidak Setuju).

No	Pertanyaan	STS	TS	CS	S	SS
1	Perusahaan kami berorientasi pada tingginya penjualan					
2	Perusahaan menekankan pentingnya pertumbuhan penjualan					
3	Perusahaan kami berorientasi pada aliran kas perusahaan					
4	Perusahaan kami memperhatikan laba yang dihasilkan perusahaan dari ekuitas pemegang saham					
5	Perusahaan kami memperhatikan laba kotor yang dapat diperoleh perusahaan					
6	Perusahaan kami berorientasi pada laba bersih operasi					
7	Perusahaan kami berorientasi pada rasio keuntungan penjualan					
8	Perusahaan kami memperhatikan pentingnya pengembalian investasi					
9	Perusahaan kami memperhatikan pentingnya pertumbuhan perusahaan yang dibiayai dari keuntungan perusahaan					



Strategic Posture

Scale: ALL VARIABLES

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
.940	9

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	34.94	34.804	.800	.931
X1.2	34.87	35.650	.696	.938
X1.3	35.03	35.464	.751	.934
X1.4	34.95	34.109	.839	.929
X1.5	34.85	35.058	.809	.931
X1.6	34.93	36.328	.719	.936
X1.7	34.95	34.391	.800	.932
X1.8	34.85	35.442	.805	.931
X1.9	34.95	36.775	.725	.936

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
39.29	44.390	6.663	9

Organization Structure

Scale: ALL VARIABLES

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
.788	7

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	25.82	16.331	.554	.754
X2.2	25.90	15.889	.553	.753
X2.3	26.04	15.655	.556	.752
X2.4	26.02	14.808	.655	.731
X2.5	25.77	17.553	.330	.794
X2.6	25.71	16.309	.467	.770
X2.7	25.76	16.305	.492	.765

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
30.17	21.193	4.604	7

Competitive Marketing Tactic

Scale: ALL VARIABLES

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
.941	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	26.87	35.266	.827	.930
X3.2	26.91	35.618	.814	.932
X3.3	26.92	35.408	.803	.933
X3.4	26.91	34.588	.834	.930
X3.5	26.79	36.955	.804	.933
X3.6	26.84	37.388	.782	.935
X3.7	26.86	36.182	.788	.934

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
31.35	48.412	6.958	7

Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Scale: ALL VARIABLES

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
.874	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	31.02	18.666	.540	.867
Y2	30.98	17.495	.533	.868
Y3	31.07	17.621	.572	.864
Y4	31.09	17.234	.695	.853
Y5	31.04	16.443	.714	.850
Y6	31.06	17.794	.561	.865
Y7	31.18	16.695	.742	.848
Y8	31.17	17.516	.531	.868
Y9	31.31	17.186	.648	.857

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
34.99	21.687	4.657	9



Frequencies

Lama usaha					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 - 3 tahun	32	32.0	32.0	32.0
	4 - 5 tahun	49	49.0	49.0	81.0
	Lebih dari 5 tahun	19	19.0	19.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	





Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Strategic Posture	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.505 ^a	.255	.248	.44883

a. Predictors: (Constant), Strategic Posture

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.765	1	6.765	33.580	.000 ^a
	Residual	19.742	98	.201		
	Total	26.506	99			

a. Predictors: (Constant), Strategic Posture

b. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	2.365	.267		8.875	.000
	Strategic Posture	.349	.060	.505	5.795	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Strategic Posture*Strategic Mission, Strategic Posture, Strategic Mission	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 ^a	.446	.429	.39107

a. Predictors: (Constant), Strategic Posture*Strategic Mission, Strategic Posture, Strategic Mission

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.825	3	3.942	25.773	.000 ^a
	Residual	14.682	96	.153		
	Total	26.506	99			

a. Predictors: (Constant), Strategic Posture*Strategic Mission, Strategic Posture, Strategic Mission

b. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.410	.647			8.356	.000
	Strategic Posture	.144	.127	.209		1.134	.260
	Strategic Mission	.869	.211	1.526		4.113	.000
	Strategic Posture*Strategic Mission	.137	.045	.964		3.030	.003

a. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Organization Structure ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.545 ^a	.297	.290	.43613

a. Predictors: (Constant), Organization Structure

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.866	1	7.866	41.352	.000 ^a
	Residual	18.640	98	.190		
	Total	26.506	99			

a. Predictors: (Constant), Organization Structure

b. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.041	.291			7.023	.000
	Organization Structure	.429	.067	.545		6.431	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Organization Structure*Strategic Mission, Organization Structure, Strategic Mission	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 ^a	.460	.443	.38625

a. Predictors: (Constant), Organization Structure*Strategic Mission, Organization Structure, Strategic Mission

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.184	3	4.061	27.224	.000 ^a
	Residual	14.322	96	.149		
	Total	26.506	99			

a. Predictors: (Constant), Organization Structure*Strategic Mission, Organization Structure, Strategic Mission

b. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.399	.882			6.124	.000
	Organization Structure	.159	.187	.202		.852	.397
	Strategic Mission	.914	.280	1.606		3.262	.002
	Organization Structure*Strategic Mission	.154	.062	1.059		2.464	.016

a. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Competitive Marketing Tactic ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 ^a	.460	.454	.38221

a. Predictors: (Constant), Competitive Marketing Tactic

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.190	1	12.190	83.441	.000 ^a
	Residual	14.316	98	.146		
	Total	26.506	99			

a. Predictors: (Constant), Competitive Marketing Tactic

b. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.307	.177			13.014	.000
	Competitive Marketing Tactic	.353	.039	.678		9.135	.000

a. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Competitive Marketing Tactic*Strategic Mission, Competitive Marketing Tactic, Strategic Mission ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.515	.500	.36582

a. Predictors: (Constant), Competitive Marketing Tactic*Strategic Mission, Competitive Marketing Tactic, Strategic Mission

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.659	3	4.553	34.024	.000 ^a
	Residual	12.847	96	.134		
	Total	26.506	99			

a. Predictors: (Constant), Competitive Marketing Tactic*Strategic Mission, Competitive Marketing Tactic, Strategic Mission

b. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.460	.683			6.528	.000
	Competitive Marketing Tactic	.007	.124	.014		.059	.953
	Strategic Mission	.612	.204	1.075		3.001	.003
	Competitive Marketing Tactic*Strategic Mission	.102	.041	.651		2.501	.014

a. Dependent Variable: Tingkat Kepentingan Kinerja Perusahaan



Case Summaries

	Lama usaha	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X2.1
1	4 - 5 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4 - 5 tahun	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
3	4 - 5 tahun	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
4	4 - 5 tahun	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4
5	4 - 5 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
6	Lebih dari 5 tahun	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
7	4 - 5 tahun	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4
8	4 - 5 tahun	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4
9	2 - 3 tahun	4	5	4	5	4	4	5	4	4	7
10	2 - 3 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4 - 5 tahun	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
12	4 - 5 tahun	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
13	Lebih dari 5 tahun	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4 - 5 tahun	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5
15	2 - 3 tahun	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4
16	2 - 3 tahun	4	4	3	3	4	3	4	3	3	6
17	4 - 5 tahun	4	5	4	4	4	4	3	5	4	5
18	2 - 3 tahun	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3
19	4 - 5 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	Lebih dari 5 tahun	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
21	2 - 3 tahun	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
22	Lebih dari 5 tahun	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
23	2 - 3 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
24	2 - 3 tahun	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4
25	4 - 5 tahun	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5
26	Lebih dari 5 tahun	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3
27	4 - 5 tahun	5	5	4	4	6	5	4	6	5	3
28	Lebih dari 5 tahun	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4
29	4 - 5 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	2 - 3 tahun	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5
31	Lebih dari 5 tahun	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4
32	2 - 3 tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	2 - 3 tahun	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5
34	2 - 3 tahun	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5
35	Lebih dari 5 tahun	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4
36	4 - 5 tahun	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3
37	2 - 3 tahun	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4
38	2 - 3 tahun	4	5	4	4	5	5	4	5	5	6
39	4 - 5 tahun	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4
40	4 - 5 tahun	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3
41	Lebih dari 5 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4 - 5 tahun	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
43	4 - 5 tahun	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4
44	4 - 5 tahun	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
45	2 - 3 tahun	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4
46	4 - 5 tahun	7	7	7	4	4	4	4	4	4	5
47	2 - 3 tahun	5	5	5	4	4	4	4	4	4	6
48	2 - 3 tahun	6	4	6	6	5	4	6	5	4	4
49	4 - 5 tahun	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4
50	4 - 5 tahun	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
51	Lebih dari 5 tahun	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
52	Lebih dari 5 tahun	6	5	6	6	6	6	6	6	6	5
53	Lebih dari 5 tahun	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4
54	4 - 5 tahun	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3
55	2 - 3 tahun	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5
56	4 - 5 tahun	4	4	4	5	5	4	5	5	4	3

Case Summaries

	Lama usaha	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X2.1
57	4 - 5 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	2 - 3 tahun	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
59	4 - 5 tahun	6	4	4	6	6	6	5	6	5	5
60	2 - 3 tahun	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4
61	4 - 5 tahun	4	4	3	4	5	5	4	5	5	4
62	4 - 5 tahun	4	4	3	3	3	4	3	3	4	7
63	2 - 3 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
64	Lebih dari 5 tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
65	4 - 5 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6
66	4 - 5 tahun	7	7	6	6	6	3	6	6	3	5
67	Lebih dari 5 tahun	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
68	4 - 5 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6
69	2 - 3 tahun	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4
70	4 - 5 tahun	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
71	4 - 5 tahun	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
72	2 - 3 tahun	6	6	4	6	5	5	5	6	5	6
73	4 - 5 tahun	7	7	7	7	7	7	7	7	7	4
74	4 - 5 tahun	6	6	6	4	5	4	4	5	4	5
75	4 - 5 tahun	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
76	4 - 5 tahun	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4
77	4 - 5 tahun	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
78	2 - 3 tahun	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	Lebih dari 5 tahun	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
80	Lebih dari 5 tahun	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
81	4 - 5 tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
82	4 - 5 tahun	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4
83	4 - 5 tahun	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
84	Lebih dari 5 tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
85	4 - 5 tahun	3	5	3	3	3	4	3	3	4	3
86	2 - 3 tahun	4	4	4	5	4	3	5	4	3	4
87	4 - 5 tahun	5	5	5	7	5	6	7	5	6	5
88	2 - 3 tahun	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
89	Lebih dari 5 tahun	7	7	6	7	7	7	7	7	7	5
90	2 - 3 tahun	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3
91	2 - 3 tahun	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
92	Lebih dari 5 tahun	7	7	7	6	5	6	6	5	6	4
93	2 - 3 tahun	7	6	7	7	7	6	7	7	6	7
94	2 - 3 tahun	4	4	4	4	5	4	4	5	4	6
95	4 - 5 tahun	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4
96	4 - 5 tahun	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4
97	2 - 3 tahun	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
98	4 - 5 tahun	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4
99	2 - 3 tahun	4	4	4	3	4	5	3	4	5	5
100	4 - 5 tahun	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5

Case Summaries

	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
1	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5
5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4
6	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4
7	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4
8	5	5	4	5	5	4	3	3	3	3	4
9	7	7	7	4	6	6	6	5	6	6	6
10	4	4	5	4	5	4	4	3	3	3	5
11	3	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4
12	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	6
13	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3
14	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
15	5	5	5	3	5	4	4	3	3	4	4
16	6	6	6	3	4	3	3	3	3	3	4
17	5	4	5	4	4	5	6	6	5	6	5
18	5	5	5	6	6	6	4	6	6	6	5
19	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4
20	3	3	3	5	4	5	5	4	5	5	4
21	3	3	4	6	5	6	4	4	3	3	4
22	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4
23	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5
24	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
25	4	5	5	4	5	4	4	3	3	3	4
26	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3
27	3	3	3	7	7	6	7	6	6	6	7
28	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4
29	5	4	3	4	4	4	5	3	4	3	5
30	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4
31	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
32	4	5	5	4	4	4	6	5	6	5	6
33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
34	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4
35	3	3	4	6	6	4	6	6	6	6	5
36	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2
37	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4
38	6	6	6	4	5	4	4	5	5	6	5
39	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
40	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3
41	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4
42	3	4	4	6	5	6	6	5	7	5	6
43	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4
44	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
45	3	3	3	7	7	6	6	6	6	7	6
46	4	3	4	4	5	6	6	6	6	6	5
47	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	5
48	4	4	4	6	4	6	6	6	3	6	5
49	3	4	3	4	6	4	6	6	6	6	6
50	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4
51	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
52	5	4	5	7	7	7	6	6	7	6	5
53	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
54	4	3	3	4	4	4	7	4	7	7	5
55	6	6	6	3	2	3	4	3	3	3	3
56	4	4	4	6	6	6	5	6	6	6	6

Case Summaries

	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
57	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
58	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4
59	4	3	3	6	4	6	6	5	4	6	5
60	4	4	5	4	4	3	4	5	3	3	4
61	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5
62	5	7	5	4	4	4	4	4	4	3	5
63	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3
64	4	4	4	5	5	5	7	6	6	6	5
65	6	6	7	6	5	6	5	4	6	6	6
66	3	3	3	6	4	4	6	6	5	5	6
67	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5
68	6	3	6	4	5	4	4	3	3	3	5
69	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5
70	4	4	5	4	5	5	4	5	3	5	4
71	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
72	6	7	6	4	5	4	6	6	6	6	6
73	4	4	4	7	6	7	7	7	7	7	7
74	4	3	3	4	5	5	5	6	4	6	4
75	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
76	5	4	3	3	3	4	4	3	5	4	4
77	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5
78	5	5	4	4	3	4	4	5	4	3	5
79	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
80	5	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3
81	4	3	4	4	6	4	6	3	4	4	4
82	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
83	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
84	6	6	6	5	6	5	6	6	5	6	6
85	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
86	6	5	5	4	3	4	3	5	5	5	3
87	4	4	4	4	5	5	7	7	7	5	6
88	3	3	3	3	3	3	3	5	5	4	3
89	5	4	5	7	7	7	6	7	7	7	7
90	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3
91	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	3
92	3	3	3	5	5	5	7	7	7	7	7
93	7	7	7	5	5	5	6	7	6	7	7
94	6	4	6	4	4	5	4	5	5	5	5
95	5	4	4	3	3	3	3	5	5	5	3
96	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3
97	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
98	5	4	3	6	4	5	3	4	4	3	3
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
100	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4

Case Summaries

	X3.6	X3.7	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9
1	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
2	5	5	5	5	3	4	4	3	3	4	3
3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3
4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5
5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3
6	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3
7	4	3	3	5	5	4	5	4	4	4	4
8	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3
9	6	6	4	5	5	5	5	4	5	5	5
10	5	5	4	4	4	3	4	3	5	4	3
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	5	5	3	5	5	3	3	4	3	3	3
13	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3
14	4	5	4	4	3	4	3	5	3	5	3
15	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3
16	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3
17	6	7	5	5	4	5	5	5	4	4	4
18	4	6	4	5	5	5	4	4	4	4	4
19	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3
20	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
21	5	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
22	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
23	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3
24	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3
25	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3
26	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
27	7	6	4	4	4	4	4	4	4	5	4
28	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
29	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3
30	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4
32	6	6	4	5	4	4	4	4	5	5	5
33	5	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3
34	4	4	4	3	5	4	3	3	4	4	3
35	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4
36	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3
37	4	4	3	4	4	4	3	5	4	3	3
38	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3
39	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
40	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3
41	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
42	6	7	5	5	5	4	5	4	4	4	5
43	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3
45	3	6	4	3	4	4	3	3	4	3	3
46	6	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4
47	6	6	4	5	4	5	5	4	5	5	5
48	4	6	5	4	4	4	4	4	4	5	5
49	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4
50	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3
51	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3
52	6	6	4	4	4	4	5	5	5	4	5
53	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4
54	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
55	2	3	3	5	3	3	3	4	3	4	3
56	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5

Case Summaries

	X3.6	X3.7	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9
57	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3	3
58	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3
59	6	6	5	4	4	4	5	4	5	5	4
60	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5
61	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4
62	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3
63	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3
64	6	6	4	5	5	5	4	4	4	4	4
65	4	6	4	4	4	4	5	5	4	5	4
66	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
67	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4
68	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4
69	4	5	4	3	4	3	4	3	3	4	3
70	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
71	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3
72	6	6	4	5	5	4	5	4	5	5	5
73	6	7	4	4	4	3	4	4	4	4	4
74	4	6	3	3	5	3	3	4	4	3	3
75	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
76	4	4	4	3	4	3	3	3	3	5	5
77	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
78	5	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5
79	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4
80	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3
81	5	6	4	4	4	4	3	4	4	4	4
82	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4
83	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3
84	6	6	4	4	5	4	5	5	5	5	5
85	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
86	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4
87	7	7	5	5	5	5	5	5	5	5	4
88	5	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
89	6	7	4	3	5	4	3	5	4	2	4
90	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3
91	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3
92	7	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	7	7	5	5	5	5	5	5	5	4	5
94	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5
95	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
96	4	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3
97	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3
98	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3
99	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4
100	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3



TABEL DISTRIBUSI R

Df	5%	DF	5%
1	0.997	51	0.271
2	0.950	52	0.268
3	0.878	53	0.266
4	0.811	54	0.263
5	0.754	55	0.261
6	0.707	56	0.259
7	0.666	57	0.256
8	0.632	58	0.254
9	0.602	59	0.252
10	0.576	60	0.250
11	0.553	61	0.248
12	0.532	62	0.246
13	0.514	63	0.244
14	0.497	64	0.242
15	0.482	65	0.240
16	0.468	66	0.239
17	0.456	67	0.237
18	0.444	68	0.235
19	0.433	69	0.234
20	0.423	70	0.232
21	0.413	71	0.230
22	0.404	72	0.229
23	0.396	73	0.227
24	0.388	74	0.226
25	0.381	75	0.224
26	0.374	76	0.223
27	0.367	77	0.221
28	0.361	78	0.220
29	0.355	79	0.219
30	0.349	80	0.217
31	0.344	81	0.216
32	0.339	82	0.215
33	0.334	83	0.213
34	0.329	84	0.212
35	0.325	85	0.211
36	0.320	86	0.210
37	0.316	87	0.208
38	0.312	88	0.207
39	0.308	89	0.206
40	0.304	90	0.205
41	0.301	91	0.204
42	0.297	92	0.203
43	0.294	93	0.202
44	0.291	94	0.201
45	0.288	95	0.200
46	0.285	96	0.199
47	0.282	97	0.198
48	0.279	98	0.197
49	0.276	99	0.196
50	0.273	100	0.195