

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN REMPAH RENDANG
CIK DIAH PADA MASYARAKAT DESA KEMUNING
MUDA KECAMATAN KEMUNING KABUPATEN
INDRAGIRI HILIR**

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

Oleh :

YANA SOFIANA
11571200901

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2019

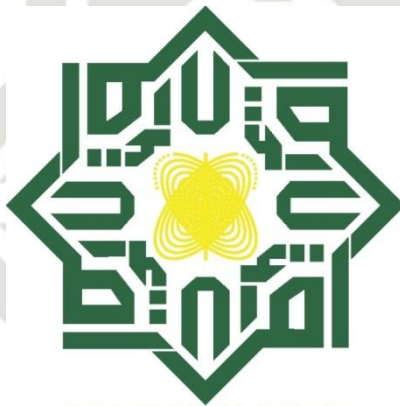
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN REMPAH RENDANG
CIK DIAH PADA MASYARAKAT DESA KEMUNING
MUDA KECAMATAN KEMUNING KABUPATEN
INDRAGIRI HILIR**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral
Comprehensive Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

Oleh :

YANA SOFIANA
11571200901

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM

RIAU

2019



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

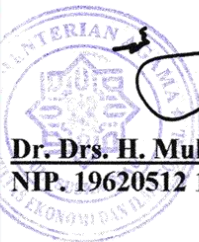
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : YANA SOFIANA
 NIM : 11571200901
 JURUSAN : MANAJEMEN S1
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : IX (SEMBILAN)
 JUDUL : PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN REMPAH RENDANG CIK DIAH PADA MASYARAKAT DESA KEMUNING MUDA KECAMATAN KEMUNING KABUPATEN INDRAGIRI HILIR

DISETUJUI OLEH,
PEMBIMBING

Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM
NIP. 19700826 199903 2 001

DEKAN



Dr. Drs. H. Muh. Sa'id HM, M.Ag, MM
NIP. 19620512 198903 1 003

KETUA PRODI
S1 MANAJEMEN

Ainun Mardiah, SE, MM
NIP. 19781203 200604 2 001



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : YANA SOFIANA
 NIM : 11571200901
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : IX (SEMBILAN)
 JUDUL : PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP
 KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
 REMPAH RENDANG CIK DIAH PADA MASYARAKAT
 DESA KEMUNING MUDA KECAMATAN KEMUNING
 KABUPATEN INDRAGIRI HILIR
 HARI/TANGGAL : SENIN/30 DESEMBER 2019

PANITIA PENGUJI

KETUA

Dr. Kamaruddin, S.Sos, M.Si
NIP. 19790101 200710 1 003

ANGGOTA

PENGUJI I

Astuti Melinda, SE, MM,
NIP. 19720513 200701 2 018

PENGUJI II

Dr. Dony Martias, SE, MM
NIP. 19760306 200710 1 004

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN REMPAH RENDANG CIK DIAH PADA MASYARAKAT DESA KEMUNING MUDA KECAMATAN KEMUNING KABUPATEN INDRAGIRI HILIR

YANA SOFIANA
11571200901

Penelitian ini dilakukan pada Pada Masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada Masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir, baik secara parsial maupun simultan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membeli Rempah Rendang Cik Diah Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir pada tahun 2018 berjumlah 1825 orang. Metode penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin, sehingga diperoleh sampel sebesar 95 orang, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel incidental sampling. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial motivasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada Masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir. Persepsi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada Masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir. Sikap konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada Masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir. Secara simultan motivasi, persepsi, dan sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada Masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir ditunjukkan dengan koefisien determinasi sebesar 0,532. Hal ini menunjukkan bahwa 53,2% keputusan pembelian dipengaruhi oleh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen dan sisanya sebesar 0,468 atau 46,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Motivasi, Persepsi, Sikap Konsumen dan Keputusan Pembelian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah rabbil'alam, sedalam syukur dan setinggi puji penulis ucapkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, taufik dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, shalawat serta salam tidak lupa pula penulis doakan semoga senantiasa Allah limpahkan kepada Nabiullah, Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari alam jahiliyah kepada alam yang terang benderang yang penuh pengetahuan seperti sekarang ini. Dengan izin dan rahmat Alah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN REMPAH RENDANG CIK DIAH PADA MASYARAKAT DESA KEMUNING MUDA KECAMATAN KEMUNING KABUPATEN INDRAGIRI HILIR”** merupakan karya ilmiah yang disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan karya tulis ini, penulis dapat bantuan dari berbagai pihak baik berupa bantuan moril maupun materil terutama dari keluarga yang tidak pernah lupa mendoakan dan memberikan motivasi, cinta, kasih sayang dan perhatian yang tidak terhingga kepada penulis.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih pada semua pihak yang senantiasa mendampingi penulis baik dalam keadaan suka maupun duka, teristimewa dengan tulus hati diucapkan terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua saya yang tidak pernah lelah dan menyerah untuk mendorong dan memperhatikan saya mulai dari ayunan hingga saat ini yaitu Nasrun (Ayahanda) dan Almh. Sopiah (Ibunda) tercinta, yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan kasih sayang dan senantiasa memberikan saya semangat dalam bentuk apa pun yang sangat berarti bagi saya, mudah-mudahan setiap pengorbananmu akan menjadi butiran mutiara berupa pahalamu menuju syurga.
2. Bapak Prof. Dr. H Ahmad Mujahidin, S.Ag., M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu pengetahuan di Universitas ini.
3. Bapak Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM selaku Dekan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, beserta Wakil Dekan I, II, dan III di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Ainun Mardiah, SE, MM Selaku Ketua Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

6. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Muklis, SE, MM selaku Penasehat Akademis Mulai dari semester satu hingga semester delapan, terima kasih atas waktu, nasehat, dan motivasi yang diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan ini.
8. Bapak Ferizal Rachmad, SE, MM selaku Penasehat Akademis Semester Sembilan, terima kasih atas waktu, nasehat, dan motivasi yang diberikan kepada penulis.
9. Bapak Riki Hanri Malau, SE, MM selaku pembimbing Proposal, yang telah memberikan arahan kepada penulis selama menyelesaikan Proposal.
10. Bapak-bapak/Ibu-ibu Dosen serta seluruh karyawan/I di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, mendidik, membimbing penulis selama perkuliahan.
11. Buat adik-adik saya Sintia dan Didi Arya serta seluruh Keluarga Besar saya yang telah memberikan semangat kepada saya untuk mengerjakan karya tulis ini hingga selesai.
12. Buat Kemuning Squad terimakasih telah memberikan semangat dan doanya kepada saya untuk mengerjakan karya tulis ini hingga selesai.
13. Buat Tim KKN Sei Ara terimakasih telah memberikan semangat kepada saya untuk mengerjakan karya tulis ini hingga selesai.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

14. Buat Sahabat saya Indri Maritha, Uswatun Hasanah HSB, Heni Safitri, Verawati Andini terimakasih telah memberikan dorongan semangat kepada saya untuk mengerjakan karya tulis ini hingga selesai.

15. Buat Amrul Zaki terimakasih telah memberikan support kepada saya untuk mengerjakan karya tulis ini hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun sangat diharapkan guna kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Pekanbaru, Desember 2019
Penulis,

YANA SOFIANA
NIM. 11571200901

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	7
1.4 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Pengertian Pemasaran	10
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	10
2.3 Pengertian Perilaku Konsumen	11
2.4 Keputusan Pembelian	12
2.5 Motivasi	16
2.6 Persepsi Konsumen	17
2.7 Sikap Konsumen	19
2.8 Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian	21
2.9 Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.10 Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.11 Penelitian Terdahulu	23
2.12 Variabel Penelitian	27
2.13 Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian	28
2.14 Kerangka Berfikir	29
2.15 Hipotesis	30
2.16 Pandangan Islam Tentang Keputusan Pembelian	32
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.2 Jenis dan Sumber Data	35
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data	37
3.5 Metode Analisis Data	38
3.6 Uji Kualitas Data	39
3.7 Uji Asumsi Klasik	40
3.8 Uji Hipotesis	42
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	45
4.1 Sejarah Desa Kemuning Muda	45

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2	Keadaan Demografi	47
4.3	Keadaan Geografis	47
4.4	Alur Pemerintahan	48
4.5	Sejarah Rempah Rendang Cik Diah	48
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN	50
5.1	Identitas Responden	50
5.2	Deskripsi Variabel	52
5.3	Uji Kualitas Data	60
5.4	Uji Asumsi Klasik	62
5.5	Regresi Linear Berganda	66
5.6	Uji Hipotesis	69
5.7	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73
5.8	Pembahasan	74
BAB VI	KESIMPULAN DAN SARAN	61
6.1	Kesimpulan	61
6.2	Saran	62

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

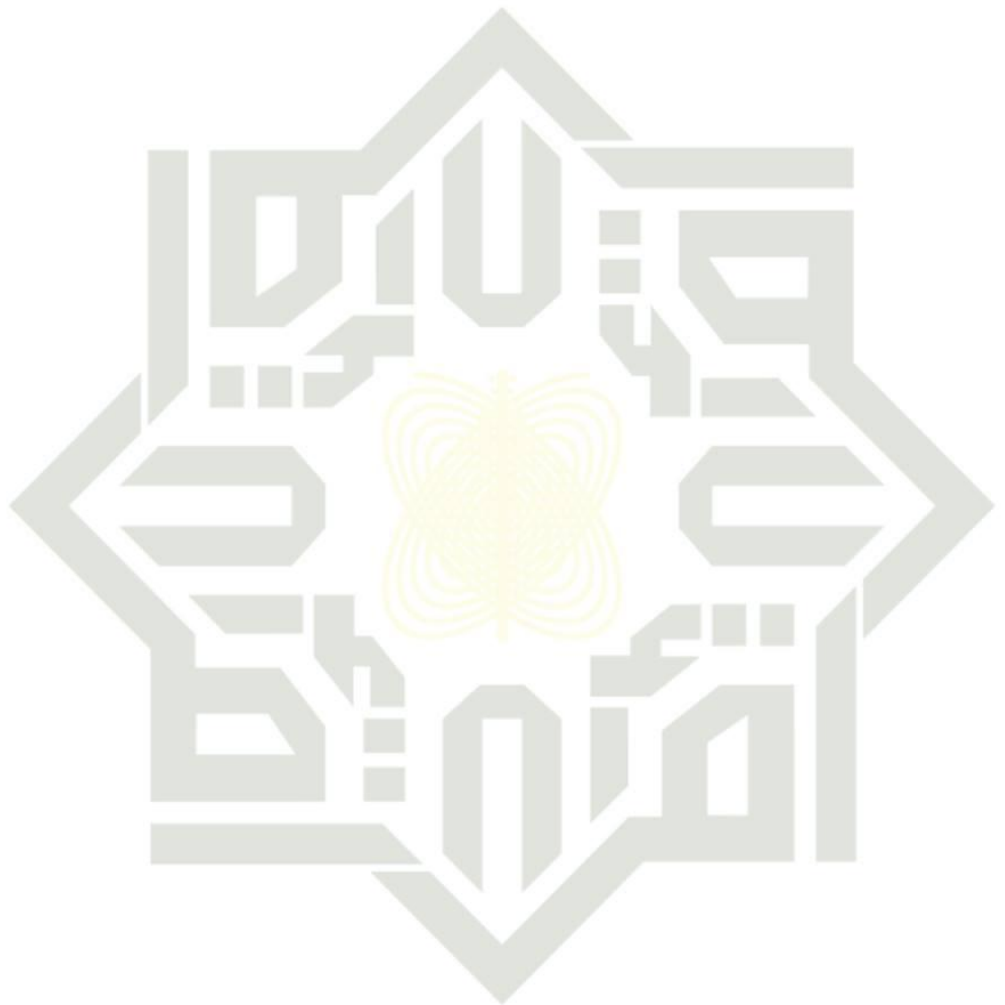
Tabel 1.1	Jumlah Konsumen Rempah Rendang Cik Diah Tahun 2014-2018	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2.2	Konsep Operasional Variabel	28
Tabel 3.1	Nilai Koefisien Determinasi	44
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk di Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir	47
Tabel 5.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 5.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 5.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 5.4	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Motivasi	52
Tabel 5.5	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Persepsi	54
Tabel 5.6	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Sikap Konsumen	56
Tabel 5.7	Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian	58
Tabel 5.8	Uji Validitas	60
Tabel 5.9	Uji Reliabilitas	62
Tabel 5.10	Uji Multikolinieritas	64
Tabel 5.11	Analisis Regresi Berganda	67
Tabel 5.12	T hitung	70
Tabel 5.13	F Hitung	73
Tabel 5.14	Koefisien Determinasi	74

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1	Uji Normalitas Histogram	63
Gambar 5.2	Uji Normalitas Garis Plot	63
Gambar 5.3	Uji Heteroskedastisitas	66



UIN SUSKA RIAU

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada perkembangan zaman yang semakin cepat, segala sesuatu sudah disajikan dengan cepat dan instan, demikian juga dengan rempah masak. Hal ini disebabkan karena semakin kompleks aktivitas manusia yang cenderung menuntut kepraktisan. Mengingat pentingnya perubahan ekonomi masyarakat di zaman sekarang ini, maka masyarakat di tuntut agar lebih semangat dan berusaha lagi untuk mencapai suatu pekerjaan dan mengalami perubahan yang lebih baik demi memenuhi kebutuhan hidup. Masyarakat sekarang ini harus lebih kreatif lagi dalam mencari pekerjaan. Seorang wirausahawan harus pandai dalam melihat peluang yang berada di lingkungan sekitarnya dan kemudian mampu memanfaatkan peluang tersebut dengan cara menciptakan suatu produk yang memiliki nilai tambah agar dapat menarik minat konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan. Banyak sekali peluang usaha yang ada di sekitar lingkungan para wirausahawan yang dapat dimanfaatkan dalam proses memulai sebuah usaha, salah satunya adalah Rempah Rendang.

Oleh karena itu, analisis mengenai perilaku pembelian masyarakat (dilihat dari motivasi, persepsi, dan sikap konsumen) yang mempengaruhi keputusan pembelian Rempah Rendang, menjadi topik yang menarik untuk diteliti. Untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan satu usaha yang harus dilakukan oleh penjual adalah dengan memahami perilaku konsumen terutama pada proses keputusan pembelian, sehingga



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

strategi pemasaran yang telah direncanakan oleh penjual tersebut berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Selain itu, keberhasilan atau kegagalan pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan tergantung pada perilaku konsumen dan pengambilan keputusan pembelian suatu produk.

Konsumen adalah faktor utama bagi eksistensi suatu perusahaan, oleh sebab itu orientasi pada konsumen merupakan syarat mutlak yang harus dipegang oleh perusahaan. Perusahaan yang dapat meyakinkan konsumen akan mencapai tujuan perhatian perusahaan terhadap perilaku konsumen merupakan keharusan yang tidak boleh diabaikan bila perusahaan ingin berhasil dan tidak ditinggal oleh konsumen.

Untuk mengetahui agar pelanggan merasa puas dengan produk yang dijual, maka diperlukan langkah-langkah pemasaran yang efektif, salah satunya dengan memahami dan mengetahui perilaku konsumen yang diukur melalui aktivitas, minat dan pendapat konsumen. Memahami perilaku konsumen dan mengenali pelanggan bukan merupakan masalah sederhana. Para pelanggan mungkin menyatakan kebutuhan dan keinginan mereka namun bertindak sebaliknya dalam melakukan keputusan pembelian. Para pelanggan tersebut tidak memahami motivasi mereka lebih dalam. Mereka lebih menanggapi pengaruh yang mengubah pikiran mereka pada menit-menit terakhir proses pembelian.

Sehubungan dengan keberadaan konsumen yang beraneka ragam keinginannya maka produsen harus benar-benar tanggap untuk melakukan pengamatan terhadap apa yang menjadi keinginannya. Jadi pada dasarnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengusaha mempunyai kewajiban untuk memenuhi dan memuaskan konsumen melalui produk yang ditawarkan.

Keputusan pembelian oleh konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap nilai, kualitas dan harga. Konsumen tidak hanya menggunakan harga sebagai indikator kualitas pada suatu produk tetapi juga sebagai indikator biaya yang dikorbankan untuk ditukar dengan produk.

Rempah Rendang Cik Diah merupakan rempah tradisional yang dikembangkan oleh *home industry* yang berkomposisi sebagai berikut: Lengkuas, Serai, Kunyit, Bawang Merah, Ketumbar, Cabe, Cengkeh, Kayu Manis, Kelapa Goreng, Bunga Lawang, Merica, Bawang Putih, Kacang Tanah, Buah Kemiri dan Minyak Goreng. Rempah Rendang Cik Diah ini Salah satu produk UMKM yang terletak di Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir. Dan telah mendapat izin dari Dinas Kesehatan Kabuten Indragiri Hilir dengan No. Dinkes : P-IRT No. 2. 12. 1403. 01.0005. 15 No. Sertifikat : 010/1430/14. Selain itu Rempah Rendang Cik Diah juga memiliki izin edar dari BPOM dan sertifikasi halal dari MUI. Yang mana label ini menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat islam. Hal ini menunjukkan bahwa Rempah Rendang Cik Diah aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat umum. (*Sumber Rempah Rendang Cik Diah*)

Dalam memasarkan produk pihak manajemen telah melakukan berbagai kebijakan yang dipakai agar dapat merangsang konsumen untuk membeli sehingga volume penjualan dapat ditingkatkan. Berikut ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merupakan tabel jumlah pelanggan konsumen Rempah Rendang Cik Diah dalam tahun 2014-2018 :

Tabel 1.1
Jumlah Konsumen Rempah Rendang Cik Diah di Desa Kemuning Muda Tahun 2014-2018

No	Tahun	Jumlah Konsumen (Orang)
1	2014	365
2	2015	730
3	2016	1095
4	2017	1460
5	2018	1825

Sumber : Rempah Rendang Cik Diah Kemuning Muda, 2014-2018

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dijelaskan bahwa dalam penghitungan konsumennya pihak Rempah Rendang Cik Diah menghitung berdasarkan jumlah faktur atau bon yang diterimanya dalam pembukuan. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah konsumen Rempah Rendang Cik Diah mengalami peningkatan setiap tahunnya, umumnya peningkatan jumlah konsumen terjadi pada tahun 2018 . Hal ini dikarenakan pada tahun 2018 seiring bertambahnya jumlah penduduk di Desa Kemuning Muda dan dengan melalui pemasaran dari mulut ke mulut yang lebih meluas lagi maka Rempah tersebut telah dikenal secara luas di lingkungan masyarakat tentang lezatnya cita rasa yang dihasilkan oleh Rempah Rendang Cik Diah.

Oleh karena itu pengetahuan tentang keinginan konsumen dalam melakukan pembelian sangat dibutuhkan bagi pemasar dan penting untuk kelangsungan hidup serta perkembangan perusahaan. Selain itu, perusahaan harus lebih mengutamakan bentuk, desain, serta daya tahan dan merek agar keinginan serta kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Kebijakan produk juga



sangat penting dilakukan oleh perusahaan untuk menghadapi kejenuhan konsumen terhadap produk tersebut.

Motivasi konsumen dalam memutuskan membeli produk rempah rendang karena proses pembuatannya yang sangat rumit dan memerlukan bahan-bahan yang sangat sulit untuk didapatkan di pasar. Terkadang masyarakat sudah mencoba untuk membuat sendiri namun rempah yang dibuat sendiri itu rasanya tidak se enak rempah rendang buatan Cik Diah. Untuk membuat sendiri rempah rendang tersebut memerlukan biaya yang besar, diperkirakan untuk membuat rempah rendang sendiri menghabiskan biaya sekitar Rp 25.000 (*dua puluh lima ribu rupiah*) sedangkan rempah rendang Cik Diah hanya dijual Rp 10.000 (*sepuluh ribu rupiah*) satu kemasan dan mampu memasak ayam 1 kg (*satu kilogram*).

Persepsi konsumen terhadap rempah rendang Cik Diah ini, suatu produk yang siap untuk digunakan dalam membuat masakan rendang, mudah didapatkan, biaya yang dikeluarkan murah, dan memiliki rasa yang khas. Maka dari itu masyarakat lebih memilih membeli rempah rendang Cik Diah dari pada membuat sendiri. Ditengah masyarakat sudah beredar informasi dari mulut ke mulut tentang lezatnya cita rasa yang dihasilkan oleh rempah rendang Cik Diah.

Sikap konsumen terhadap rempah rendang Cik Diah ini, kebanyakan orang lebih menyukai produk tersebut karena konsumen sudah sangat mengenal tentang rempah rendang ini. Kepercayaan konsumen terhadap rempah rendang Cik Diah dilihat dari produknya yang memiliki cita rasa yang khas dan sangat cocok di lidah konsumen. Oleh sebab itu ketika konsumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ingin memasak masakan rendang maka rempah yang dipilih adalah rempah rendang Cik Diah yang bisa didapatkan di toko-toko dan pasar tradisional.

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul. **“PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN REMPAH RENDANG CIK DIAH PADA MASYARAKAT DESA KEMUNING MUDA KECAMATAN KEMUNING KABUPATEN INDRAGIRI HILIR“**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir ?
2. Apakah Persepsi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir ?
3. Apakah Sikap berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Apakah motivasi, persepsi dan sikap berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dalam penelitian di atas maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Motivasi terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Persepsi terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Sikap terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat antara lain, yaitu:

- a. Bagi peneliti, untuk menambah wawasan dan memperdalam pengetahuan dengan berdasarkan pada disiplin ilmu yang diperoleh dibangku kuliah khususnya lingkup manajemen pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.
- b. Bagi pembaca, untuk menambah informasi dan sumbangan pemikiran serta bahan kajian dalam penelitian.
- c. Bagi peneliti lebih lanjut, penelitian ini diharapkan memotivasi peneliti lain yang ingin mengadakan penelitian-penelitian yang belum terjangkau dalam penelitian sehubungan dengan penelitian ini.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara garis penyusunan skripsi ini terdiri dari enam (6) bab seperti yang diuraikan dalam sistematika penulisan berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini dikemukakan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan keadaan lokasi penelitian, jenis sumber data populasi dan sampel sampai teknik pengumpulan data dan analisis data yang digunakan. Dengan demikian dapat diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini penulis memuat sejarah singkat berdirinya perusahaan, kegiatan, aktifitas dan pertumbuhan perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai analisis dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan tentang isi pembahasan dari bab-bab sebelumnya dan saran-saran yang bermanfaat.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan aktivitas yang sangat penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya. Sekarang sudah banyak pesaing yang memiliki produk yang sejenis, perusahaan harus bisa menentukan strategi yang tepat agar perusahaan bisa terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Perusahaan harus melakukan inovasi produk agar produk yang dijual sesuai dengan kebutuhan para konsumen dan dapat memuaskan mereka. Menurut **Kotler dan Keller (2011:5)** dalam buku *Marketing Management* edisi 13 pengertian pemasaran adalah “mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial”.

Menurut **Kotler dan Armstrong (2015:29)** pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari konsumen sebagai imbalan.

Menurut **Assauri (2010:5)** pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut **Assauri (2010:12)** manajemen pemasaran adalah kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun dan memelihara, keuntungan dari

pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

Menurut **Kotler dan Keller (2009:5)** manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Menurut **Tjiptono (2011:2)** Manajemen pemasaran merupakan sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional.

Dari beberapa defenisi di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah sebagai suatu seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran serta mendapatkannya dan mempertahankannya yang dirancang untuk memuaskan keinginan pasar sasaran.

2. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut **Setiadi (2010:2)** perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, menghabiskan produk dan jasa termasuk keputusan yang mendahului tindakan ini.

Menurut **Kotler dan Keller (2009:166)** perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Jadi dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumen yaitu semua kegiatan yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilalui konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya.

Menurut **Sumarwan (2011:26)** Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.

2.4 Keputusan Pembelian

Menurut **Kotler dan Keller (2009:234)** keputusan pembelian merupakan proses psikologis dasar ini memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Para pemasar harus memahami setiap sisi perilaku konsumen.

Proses pengambilan keputusan pembelian ada beberapa tahap yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1 Tahap-tahap pengambilan keputusan pembelian

Sumber: Kotler dan Keller (2009)

Dari gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa tahap-tahap yang dilewati pembeli untuk mencapai keputusan membeli melewati lima tahap yaitu:

a. **Pengenalan Masalah**

Merupakan proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi yang diinginkan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pencarian Informasi

Pencarian informasi terjadi jika seorang konsumen yang terdorong kebutuhannya mencari informasi lebih lanjut mengenai produk tersebut. Dorongan konsumen yang kuat dan jika produk itu berada di dekatnya, mungkin konsumen akan langsung membelinya.

c. Evaluasi Alternatif

Adalah kegiatan dimana konsumen memproses informasi tentang pilihan merek untuk membuat keputusan terakhir. Konsumen akan mencari manfaat tertentu dan selanjutnya melihat atribut-atribut yang dimiliki produk. Konsumen akan memberikan bobot yang berbeda-beda untuk setiap atribut produk sesuai dengan kepentingannya.

d. Keputusan Pembelian

Merupakan kegiatan penyusunan merek-merek yang sudah diketahui konsumen dan melakukan pilihan pembelian. Konsumen akan memilih merek yang disukai untuk melakukan pembelian.

e. Evaluasi Pasca Pembelian

Adalah kegiatan sesudah pembelian terhadap suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlibat dalam tindakan-tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar. Pekerjaan pemasar tidak akan berakhir pada saat suatu produk dibeli, tetapi akan terus berlangsung hingga periode sesudah pembelian.

Pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen akan memberikan pengetahuan kepada pemasar bagaimana menyusun strategi dan komunikasi pemasar yang lebih baik.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2.4.1 Faktor-Faktor Utama Penentuan Keputusan Pembelian Konsumen

Ada tiga faktor utama yang mempengaruhi konsumen untuk mengambil keputusan, yaitu faktor psikologis, faktor situasional, dan faktor sosial.

a. Faktor psikologis

Faktor Psikologis mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap, dan kepribadian. Sikap dan kepribadian merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk tertentu secara konsisten. Sikap mempengaruhi kepercayaan, dan kepercayaan mempengaruhi sikap. Kepribadian merupakan faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku konsumen. Kepribadian adalah pola individu untuk merespon stimulus yang muncul dari lingkungannya. Termasuk di dalam kepribadian adalah opini, minat, dan prakarsa. Pembelajaran berdampak pada adanya perubahan.

Seorang individu/konsumen dikatakan belajar jika ada perubahan ke arah yang lebih baik dalam tiga aspek (kognitif, afektif, dan psikomotor) yang bersikap relatif permanen. Konsumen akan belajar setelah mendapat pengalaman, baik pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain. Setelah membeli dan mengonsumsi produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas. Jika puas, konsumen akan melakukan pembelian ulang dilain waktu. Sebaliknya, jika tidak puas, konsumen tidak akan melakukan pembelian di lain waktu.



b. Pengaruh faktor situasional

Faktor situasional mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, waktu berbelanja, penggunaan produk, dan kondisi saat pembelian. Keadaan sarana dan prasarana tempat belanja mencakup tempat parkir, gedung, eksterior, dan interior toko, pendinginan udara, penerangan/pencahayaan, tempat ibadah dan sebagainya. Waktu berbelanja bisa pagi, siang, sore, atau malam hari. Waktu yang tepat untuk berbelanja bagi setiap orang tentu berbeda. Orang yang sibuk bekerja pada malam hari akan memilih waktu belanja pada sore atau malam hari. Kondisi saat pembelian produk adalah sehat, senang, sedih, kecewa, atau sakit hati. Kondisi konsumen saat melakukan pembelian akan mempengaruhi pembuatan keputusan konsumen.

c. Pengaruh faktor sosial

Faktor sosial mencakup undang-undang/peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, dan budaya.

1. Sebelum memutuskan untuk membeli produk, konsumen akan mempertimbangkan apakah pembelian produk tersebut diperbolehkan atau tidak oleh aturan atau undang-undang yang berlaku. Jika diperbolehkan, konsumen akan melakukan pembelian. Namun, jika dilarang oleh undang-undang atau peraturan (daerah, regional, nasional, bahkan internasional), konsumen tidak akan melakukan pembelian.
2. Keluarga terdiri atas ayah, ibu, dan adik. Anak yang baik tentu akan melakukan pembelian produk jika ayah atau ibunya menyetujui.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Untuk kelompok referensi, contohnya kelompok referensi untuk ibu-ibu (kelompok pengajian, PKK, dan arisan), remaja (kelompok boy band, girl band, tim basket idola, dan tim bola terkenal), dan bapak-bapak (kelompok pengajian, kelompok penggemar motor besar, kelompok penggemar bola, dan kelompok pecinta ikan, burung).
4. Untuk kelas sosial yang ada di masyarakat, contohnya kelas atas, menengah, dan bawah.
5. Untuk budaya atau sub budaya, contohnya Suku Sunda, Jawa, Batak, Madura. Tiap suku/etnis mempunyai budaya/sub budaya yang berbeda (**Sangadji dan Sopiah:2013:24-26**).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2.5 Motivasi

Menurut **Damiati (2017:56)** Motivasi merupakan kekuatan pendorong di dalam diri seseorang yang memaksanya untuk bertindak. Kekuatan pendorong ini dihasilkan oleh suatu keadaan yang menekan, yang terjadi akibat kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi.

Menurut **Suryani (2013:22)**. Kebutuhan dan keinginan lain yang berbeda akan muncul dan menuntut dipenuhi. Inilah dinamika motivasi yang tidak pernah berhenti selama manusia hidup.

Motivasi dimulai dari adanya tekanan (tension) yang dihasilkan sebagai akibat adanya keinginan atau kebutuhan yang belum terpenuhi, kemudian tekanan tersebut kemudian menimbulkan daya dorong.

Menurut **Damiati (2017:57)** Indikator dari motivasi konsumen yaitu :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- a. **Kebutuhan.** Yaitu setiap hal yang timbul secara naluriah, yang sangat diperlukan oleh manusia. Di dalam melakukan upaya memenuhi kebutuhan ini sangat dimungkinkan terjadi perbedaan antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lain, meskipun sebenarnya mereka memiliki kebutuhan dan keinginan yang sama. Setelah sebagian atau seluruh kebutuhan terpenuhi maka keinginan lain yang berbeda akan muncul dan menuntut dipenuhi. Inilah dinamika motivasi yang tidak pernah berhenti selama manusia hidup.
- b. **Sasaran.** Adalah suatu hasil yang diharapkan dari tujuan tertentu dengan target yang telah ditentukan. Perilaku orang-orang dimotivasi oleh tujuan dan sasaran berdasarkan apa yang secara sadar diinginkan seseorang untuk dicapai.
- c. **Motif.** Adalah dorongan yang menggerakkan seseorang bertingkah laku dikarenakan adanya kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia. Tenaga pendorong tersebut dihasilkan oleh keadaan tertekan, yang timbul sebagai akibat kebutuhan yang tidak terpenuhi.

2.6 Persepsi Konsumen

Menurut **Schiffman dan Kanuk (2010:96)** mendefenisikan persepsi sebagai proses dimana seorang individu memilih, mengatur, dan menafsirkan rangsangan menjadi gambaran yang bermakna. Bagaimana seorang konsumen melihat realitas di luar dirinya atau dunia sekelilingnya, itulah yang disebut persepsi seorang konsumen. Konsumen sering kali memutuskan pembelian suatu produk berdasarkan persepsinya terhadap produk tersebut. Memahami

persepsi konsumen merupakan hal yang penting bagi para pemasar dan produsen.

Menurut **schiffman dan kanuk (2010:97)**. Indikator dari persepsi sebagai berikut:

- a. **Sensasi.** Merupakan respon yang segera dan langsung dari alat pancaindera terhadap stimuli yang sederhana (iklan, kemasan, merk). Stimulus adalah setiap unit masukan yang diterima oleh setiap indera. Contoh stimuli yaitu (masukan panca indra) meliputi produk, kemasan, merek, iklan cetak dan iklan media elektronik.
- b. **Ambang Absolut.** Yaitu tingkat terendah dimana seseorang dapat mengalami sensasi. Titik dimana seseorang dapat mengetahui perbedaan antara ada atau tiadanya penilaian lebih terhadap suatu produk.
- c. **Ambang Diferensial.** Yaitu perbedaan minimal yang dapat dirasakan antara dua macam stimuli yang hampir serupa. Stimuli merupakan penilaian yang dilakukan konsumen tentang suatu produk yang dapat ditangkap melalui alat indra.

Lebih lanjut lagi **Kotler dan Keller (2009:180)** menambahkan, orang dapat memiliki persepsi yang berbeda dari obyek yang sama karena adanya tiga proses persepsi, yaitu:

1. **Perhatian Selektif.** Kecenderungan bagi manusia untuk menyaring sebagian besar informasi yang mereka hadapi, berarti bahwa pemasar harus bekerja cukup keras untuk menarik perhatian konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Distorsi Selektif. Menguraikan kecenderungan untuk menginterpretasikan informasi dengan cara yang akan mendukung apa yang telah mereka yakini.
3. Ingatan Selektif. Orang cenderung lupa akan sebagian besar hal yang mereka pelajari. Mereka cenderung akan mempertahankan atau mengingat informasi yang mendukung sikap dan keyakinan mereka karena adanya ingatan selektif.

2.2 Sikap Konsumen

Menurut **Schiffman dan Kanuk (2010:166)**, sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan dan perilaku. Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

Secara umum, fungsi sikap dibagi menjadi empat golongan menurut **Schiffman dan Kanuk (2010:168)** yaitu:

1. Fungsi utilitarian

Sikap merupakan fungsi penilaian konsumen tentang apakah objek sikap (misalnya produk) memberikan manfaat atau kegunaan bagi dirinya.

2. Fungsi ekspresi nilai

Sikap dapat terbentuk sebagai fungsi dari keinginan individu untuk mengekspresikan nilai-nilai individu kepada orang lain. Ekspresi sikap digunakan oleh individu untuk menunjukkan konsep dirinya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Fungsi mempertahankan ego

Sikap konsumen seringkali merupakan sarana bagi konsumen untuk melindungi atau mempertahankan egonya. Sikap digunakan sebagai sarana melindungi diri dari kebenaran mendasar tentang dirinya atau sesuatu yang mengancam.

4. Fungsi pengetahuan

Sikap konsumen merupakan fungsi dari pengetahuan dan pengalaman konsumen mengenai objek sikapnya. Oleh karena itu pengetahuan merupakan komponen penting dari sikap, maka pemasar perlu memberikan informasi wawasan mengenai produk atau objek sikap lainnya pada konsumen.

Menurut **Schiffman dan Kanuk (2010:169)** Indikator dari sikap konsumen yaitu :

a. **Keyakinan Merek**

Yaitu pengetahuan dan persepsi yang diperoleh melalui kombinasi pengalaman langsung dengan objek sikap dan informasi tentang objek itu yang diperoleh dari berbagai sumber. Pengetahuan ini dan persepsi yang dihasilkannya biasanya membentuk keyakinan artinya keyakinan konsumen bahwa objek sikap tertentu memiliki beberapa atribut dan bahwa perilaku tertentu akan hasil tertentu. Keyakinan konsumen terhadap suatu merek adalah berbagai karakteristik yang melekat pada merek itu.

b. **Evaluasi Merek**

Merupakan evaluasi keseluruhan konsumen terhadap suatu objek, yaitu suatu keadaan seberapa jauh konsumen merasa suka atau tidak suka

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terhadap objek itu. Evaluasi konsumen terhadap suatu merek dapat diukur dengan penilaian terhadap merek dari sangat jelek sampai sangat baik atau dari sangat tidak suka sampai sangat suka. Oleh karena itu, pembahasan tentang sikap terhadap merek mengacu pada evaluasi keseluruhan terhadap merek. Keyakinan merek memengaruhi sikap, dan sikap memengaruhi niat untuk membeli.

c. Niat Membeli

Merupakan kemungkinan atau kecenderungan bahwa seseorang akan melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan objek sikap. Dalam riset-riset pemasaran dan perilaku konsumen, sering kali diperlukan suatu ekspresi dari niat konsumen untuk membeli. Skala niat membeli digunakan untuk menilai kemungkinan seseorang konsumen membeli suatu produk.

2.8 Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian

Dalam Reynaldi (2017:30) menyatakan pada kenyataannya dalam keputusan pembelian konsumen didorong oleh lebih dari satu kebutuhan. Hal ini disebabkan karena manusia pada dasarnya merupakan makhluk yang memiliki begitu banyak keinginan dan cenderung untuk memuaskan kebutuhannya secara bersamaan. Kecenderungan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan secara bersamaan menimbulkan konflik tersendiri dalam diri konsumen. Bagaimana konsumen mengatasi konflik ini sangat tergantung pada tujuan yang hendak dicapainya. Pada akhirnya konsumen harus memilih produk apa yang harus dikonsumsi sekaligus mampu mengatasi



konflik motivasi yang ada. Dalam kenyataan yang sebenarnya, konsumen tidak membeli produk atau jasa melainkan mereka membeli motif atau membeli solusi untuk pemecahan masalah mereka.

2.9 Pengaruh Persepsi terhadap Keputusan Pembelian

Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk dipengaruhi oleh kegiatan pemasaran dan persepsi yang terbentuk dalam diri seorang konsumen. Proses keputusan pembelian terdiri dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif pembelian, dan kepuasan konsumen. Perusahaan perlu mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian untuk menentukan strategi dan komunikasi pasar yang efektif. Menurut **Kotler dan Keller (2016:153)** Keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologi utama, antara lain persepsi serta keyakinan dan pendirian. Pendapat di atas menunjukkan adanya hubungan antara persepsi konsumen dengan keputusan untuk membeli suatu produk.

Berdasarkan, proses pengambilan keputusan pembelian sangat ditentukan oleh faktor psikologi konsumen seperti keyakinan, pendirian, keterbukaan, menerima masukan dan kemampuan mengevaluasi untuk melakukan keputusan. Persepsi konsumen akan memberikan pengaruh pada keputusan pembelian karena konsumen memiliki keinginan dan kebutuhan tertentu yang berbeda sesuai dengan kondisi konsumen dan kemampuan beli.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.10 Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk atau masalah-masalah yang baik ataupun kurang baik secara konsekuen **Dharmmesta dan Handoko (2012)**. Sikap ini dilakukan konsumen berdasarkan pandangannya terhadap produk dan proses belajar baik dari pengalaman ataupun dari yang lain. Sikap konsumen bisa merupakan sikap positif ataupun negatif terhadap produk-produk tertentu. Sikap sebagai suatu evaluasi yang menyeluruh dan memungkinkan seseorang untuk merespon dengan cara yang menguntungkan atau tidak terhadap obyek yang dinilai.

2.11 Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama	Publikasi/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Alfia Khairi	Skripsi 2018	Pengaruh Motivasi, Persepsi Konsumen, dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Mengunjungi Taman Wisata Alam Mayang Pekanbaru	Variabel Independen : (X1)Motivasi, (X2)Persepsi Konsumen, (X3)Lokasi Variabel Dependen(Y) Keputusan Konsumen	Hasil penelitian menunjukkan Bahwa Motivasi, Persepsi Konsumen dan Lokasi Secara simultan berpengaruh terhadap keputusan Konsumen
Reynaldi	Skripsi 2017	Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi	Variabel Independen : (X1)Motivasi	Hasil penelitian menunjukkan Bahwa Motivasi Konsumen,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nama	Publikasi/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Kualitas dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha (Studi Kasus di Desa Ranah Singk uang Kecamatan Kampar)	Konsumen (X2)Persepsi Kualitas (X3)Sikap Konsumen Variabel Dependen(Y) Keputusan Konsumen	Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen Secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian
Riki Saputra	Skripsi 2017	Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vario 125 pada PT. Capella Dinamik Nusantara Pekanbaru	Variabel Independen : (XI)Motivasi, (X2)Persepsi, (X3)Sikap Konsumen Variabel Dependen(Y) Keputusan Pembelian Konsumen	Hasil penelitian menunjukkan Bahwa Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian
Venesa Aisyah Ramadhani	Skripsi 2018	Pengaruh Persepsi, Motivasi dan Gaya Hidup Konsumen Usia Muda Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji di Mcdonald's Sudirmanm Pekanbaru (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Suska Riau	Variabel Independen : (XI)Persepsi (X2)Motivasi (X3)Gaya Hidup Variabel Dependen(Y) Keputusan Pembelian	Hasil penelitian menunjukkan Bahwa Persepsi, Motivasi dan Gaya Hidup Secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Nama	Publikasi/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
			Fakultas Sains dan Teknologi Jurusan Teknik Industri S1)		
6	M Kaunang	Jurnal Manajemen Vol. 15 No. 05 2015	Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Kota Manado	Variabel Independen : (X1) Motivasi, (X2) Persepsi (X3) Kualitas Layanan (X4) Promosi Variabel Dependen(Y) Keputusan Pembelian	Hasil penelitian menunjukkan Bahwa Motivasi Persepsi, Kualitas Layanan dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
6	Sumiati	Jurnal Manajemen Vol. 01 No. 02 2014	Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya	Variabel Independen : (X1) Motivasi Konsumen (X2) Persepsi Kualitas (X3) Sikap Konsumen (X4) Brand Image Variabel Dependen(Y) Keputusan Pembelian	Hasil penelitian menunjukkan Bahwa Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen dan Brand Image secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
	Lina Alvia	Skripsi 2018	Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Oleh Kelurahan Air Putih Kecamatan	Variabel Independen : (X1) Motivasi (X2) Gaya Hidup Variabel Dependen(Y) Keputusan Pembelian	Hasil penelitian menunjukkan Bahwa Motivasi, dan Gaya Hidup Secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Nama	Publikasi/ Tahun	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Tain Yumanik	Jurnal Manajemen Vol. 01 No. 04 2017	Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Cat Tembok Mawardi di UD Tetap Jaya Kediri	Variabel Independen : (X1)Kualitas Produk (X2)Persepsi (X3)Motivasi Variabel Dependen(Y) Keputusan Pembelian	Hasil penelitian menunjukkan Bahwa Kualitas Produk, Persepsi dan Motivasi berpengaruh secara simultan dan signifikan positif terhadap keputusan pembelian
Steffi Gunawan	International Journal Business Management Volume. 03 Number. 02 2015	<i>The Impact of Motivation, Perception and Attitude toward Consumer Purchasing Decision: A Study Case of Surabaya and Jakarta Society on Carl's Junior</i>	Variable Independen : (X1)Motivation (X2)Perception (X3)Attitude Consumer Variable Dependen(Y) Purchasing Decision	Hasil penelitian menunjukkan Bahwa Motivasi, Persepsi dan sikap konsumen ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian
Wulan Oktaviani	Skripsi 2018	Pengaruh Harga, Persepsi Konsumen dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Caffe Indiya Kuliner di Teluk Kuantan	Variabel Independen : (X1)Harga (X2)Persepsi Konsumen (X3)Lokasi Variabel Dependen(Y) Keputusan Pembelian	Hasil penelitian menunjukkan Bahwa Harga, Persepsi Konsumen dan Lokasi Secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Penelitian yang dilakukan penulis dengan penelitian terdahulu memiliki perbedaan diantaranya objek penelitian yang dilakukan penulis berbeda dengan objek penelitian terdahulu dan adanya perbedaan teori

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang dipakai penulis dengan penelitian terdahulu yang digunakan. Indikator yang digunakan dengan peneliti terdahulu memiliki perbedaan dan alat analisis yang digunakan penulis dengan peneliti juga memiliki perbedaan.

2.1 Variabel Penelitian

2.1.1 Variabel Independen

Menurut **Sugiono (2008:39)** variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Yang menjadi variabel dependent dalam penelitian ini yang penulis ambil adalah:

- a. **Motivasi (X1)**
- b. **Persepsi (X2)**
- c. **Sikap Konsumen (X3)**

2.1.2 Variabel Dependen

Menurut **Sugiono (2008:40)** variabel dependent (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Yang menjadi variabel dependent dalam penelitian ini yang penulis ambil adalah:

Keputusan Pembelian (Y)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.13 Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian

Berdasarkan Konsep Operasional Variabel Penelitian dapat dilihat defenisinya pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.2
Konsep Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Keputusan pembelian (Y)	Menurut Kotler dan Keller (2009:234) keputusan pembelian merupakan proses psikologis dasar ini memainkan peran penting dalam memahami bagaimana konsumen secara aktual mengambil keputusan pembelian. Para pemasar harus memahami setiap sisi perilaku konsumen.	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Evaluasi alternative 4. Keputusan pembelian 5. Prilaku pasca pembelian Kotler dan Keller (2009)	Likert
2.	Motivasi konsumen (X ₁)	Menurut Damiati (2017:56) Motivasi merupakan kekuatan pendorong di dalam diri seseorang yang memaksanya untuk bertindak. Kekuatan pendorong ini dihasilkan oleh suatu keadaan yang menekan, yang terjadi akibat kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi.	1. Kebutuhan 2. Sasaran 3. Motif Damiati (2017)	Likert
3.	Persepsi konsumen (X ₂)	Menurut Schiffman dan Kanuk(2010:96) mendefenisikan persepsi sebagai proses dimana seorang individu memilih, mengatur, dan menafsirkan rangsangan menjadi gambaran yang bermakna.	1. Sensasi 2. Ambang Absolut 3. Ambang Diferensial Schiffman dan Kanuk (2010)	Likert
4.	Sikap konsumen	Menurut schiffman dan kanuk(2010:166) Sikap	1. Keyakinan Merek 2. Evaluasi Merek	Likert

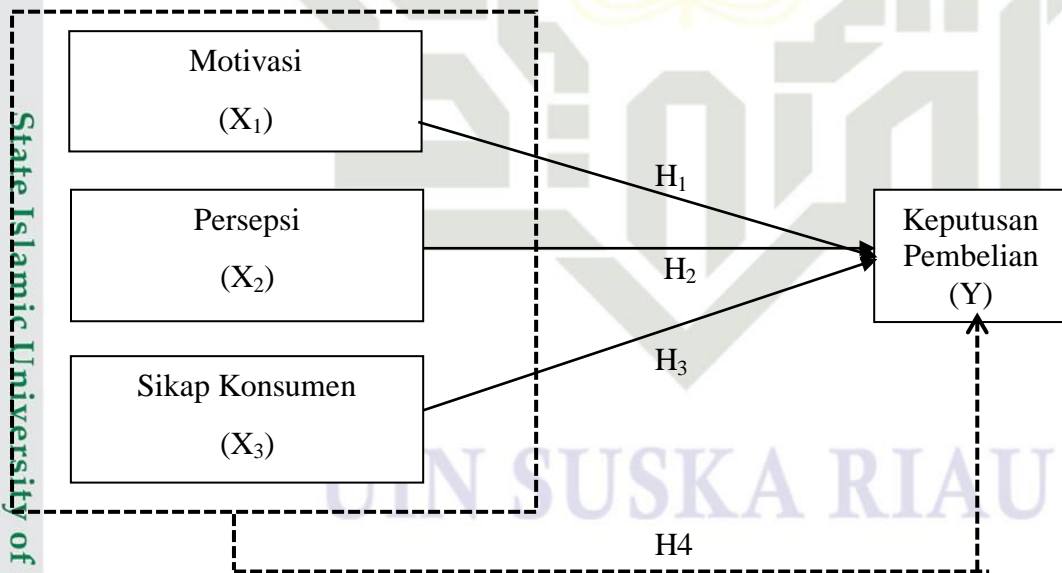
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
	(X ₃)	konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan dan perilaku. Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.	3. Niat Membeli Schiffman dan Kanuk (2010)	

2.14 Kerangka Berfikir



Sumber : (Ujang Sumarwan 2015) dan (Damiati,dkk 2017)



Kerangka pemikiran pada penelitian ini menunjukkan keterkaitan antara variabel bebas yaitu Motivasi (X_1), Persepsi (X_2), dan Sikap Konsumen (X_3) dengan variabel terikat Keputusan Pembelian (Y).

2.1.5 Hipotesis

Menurut **Damiati (2017:56)** Motivasi merupakan kekuatan pendorong di dalam diri seseorang yang memaksanya untuk bertindak. Kekuatan pendorong ini dihasilkan oleh suatu keadaan yang menekan, yang terjadi akibat kebutuhan dan keinginan yang tidak terpenuhi.

Tain Yumanik (2017) Melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Cat Tembok Mawar di UD Tetap Jaya Kadiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan motivasi secara parsial maupun secara simultan terhadap keputusan pembelian cat tembok mawar di UD Tetap Jaya Kadiri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dengan sampel sebanyak 80 responden yakni konsumen yang menggunakan cat tembok mawar. Penelitian sampel dengan teknik hubungan kausal. Data dianalisis dengan menggunakan analisis linier berganda dengan *software spss for windows 23*. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Motivasi secara simultan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian cat tembok mawar di UD Tetap Jaya Kediri.

H1 = Diduga Motivasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada masyarakat Desa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir.

Menurut **Schiffman dan Kanuk (2010:96)** mendefenisikan persepsi sebagai proses dimana seorang individu memilih, mengatur, dan menafsirkan rangsangan menjadi gambaran yang bermakna. Bagaimana seorang konsumen melihat realitas di luar dirinya atau dunia sekelilingnya, itulah yang disebut persepsi seorang konsumen. Konsumen sering kali memutuskan pembelian suatu produk berdasarkan persepsinya terhadap produk tersebut. Memahami persepsi konsumen merupakan hal yang penting bagi para pemasar dan produsen.

Steffi Gunawan (2015) Melakukan Penelitian tentang “*The Impact of Motivation, Perception and Attitude toward Consumer Purchasing Decision: a Studi Case of Surabaya and Jakarta Society on Carl’s Junior*”.

Untuk mengetahui pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian dengan melibatkan 100 orang sebagai sampel. Kontribusi menunjukkan bahwa motivasi, persepsi, dan sikap konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H2 = Diduga Persepsi Konsumen berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir.

Menurut **schiffman dan kanuk (2010:166)**. Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat terkait dengan konsep kepercayaan dan perilaku. Sikap

merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga bisa menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

M Kaunang (2015) Melakukan Penelitian tentang “Analisis pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Kota Manado”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Motivasi, Persepsi Kualitas Layanan dan Promosi terhadap keputusan pembelian konsumen secara parsial. 100 pelanggan sepeda motor telah di survei sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Motivasi, Persepsi, Kualitas Layanan dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

H3 = Diduga Sikap Konsumen berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir.

2.6 Pandangan Islam Tentang Keputusan Pembelian

Al-Qur'an dan sunnah Rasulullah merupakan pedoman bagi umat manusia di dalam rangka segala aspek, termasuk bidang ekonomi khususnya dalam hal jual beli. Islam telah mengatur hal yang berhubungan dengan jual beli segera sempurna dan juga hukum-hukum jual beli yang jelas di dalamnya. Dalam islam, proses pengambilan keputusan lebih ditekankan pada sikap adil, hal ini disandarkan pada contoh sikap hakim yang harus

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tegas dan adil dalam memutuskan suatu perkara peradilan. Allah Subhanahu wa ta'ala secara tegas telah melarang dengan firmanNya dalam surah Al-Imran ayat 159 sebagai berikut :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: *Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah pada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.*

Selain itu, di dalam Al-Qur'an dijelaskan pula ayat tentang sikap hati-hati dalam menerima informasi seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat ayat 6 yang berbunyi :

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهْلَةٍ فَتُصِيبُوا عَلَى مَا فَعَلْتُمْ تَنِيمِينَ ﴿٦﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatan itu.*

Dari ayat diatas dapat diketahui bahwa sebagi umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan hal tersebut maka sebaliknya menyesal

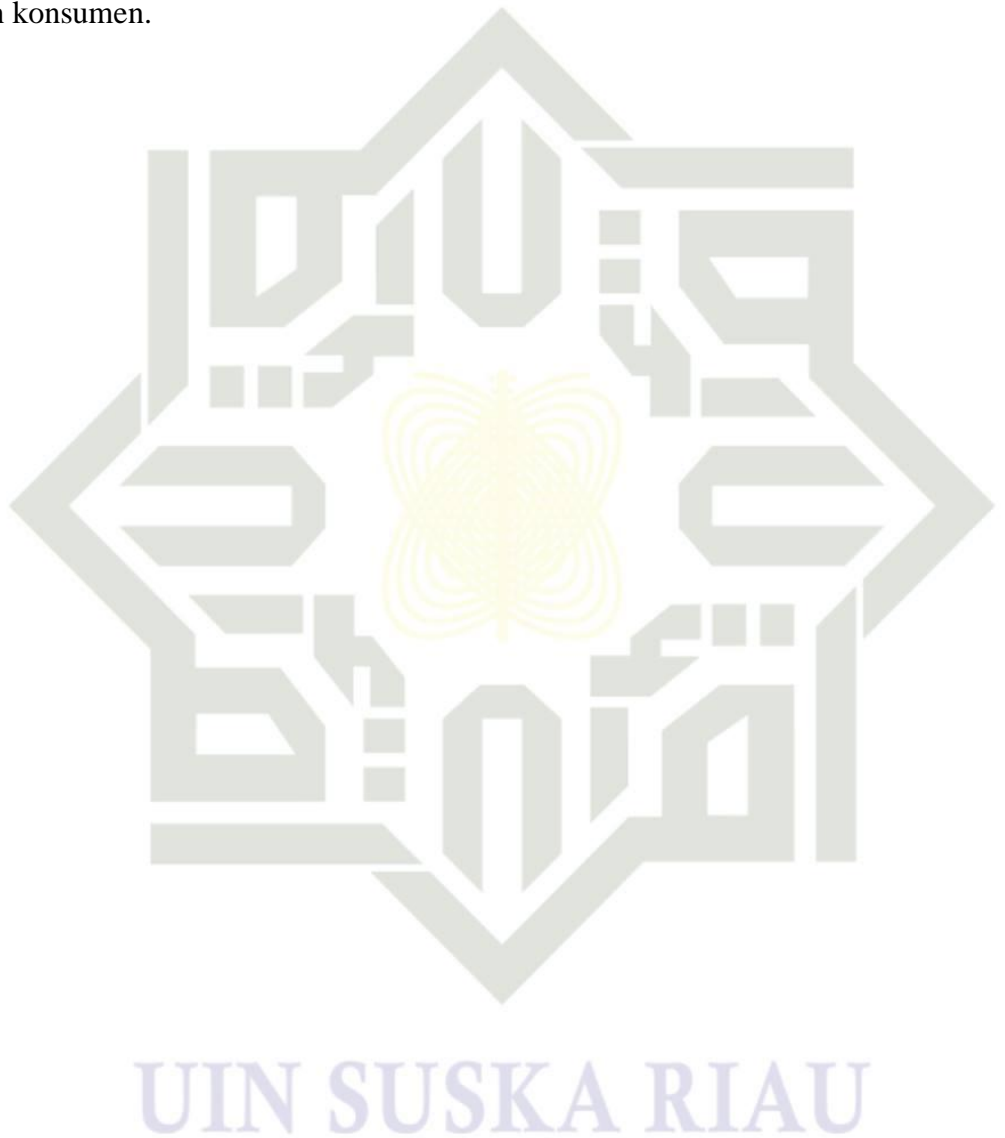
dikemudian hari. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat tahapan-tahapan yang dilalui seseorang dalam pengambilan keputusan konsumen.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir. Penelitian ini mulai dilakukan awal bulan April 2019 sampai dengan Desember 2019.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Untuk membantu penulis dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan jenis data sebagai berikut :

3.2.1 Data Primer

Menurut **Siregar S (2013)** data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama tempat objek penelitian dilakukan. Data primer dari penelitian ini adalah diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner tentang Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rempah Rendang Cik Diah Pada Masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah ada sebagai hasil penelitian yang lain, namun perlu dianalisa kembali sebagai pelengkap data Primer atau objek yang diteliti. Data ini biasanya melalui dokumen-dokumen, buku-buku, laporan-laporan, atau karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan penelitian tentang Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan

Pembelian Rempah Rendang Cik Diah Pada Masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir.

3.2 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014: 115). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang membeli Rempah Rendang Cik Diah Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir pada tahun 2018 berjumlah 1.825 orang.

Menurut (Sugiyono, 2014:116), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, yaitu teknik sampling yang secara khusus tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Pada penelitian ini menggunakan teknik *sampling incidental*. *Sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Menurut Heir dalam Ferdinand (2006: 225), Sampel dalam penelitian ini ditetapkan 95 orang konsumen Rempah Rendang Cik Diah, Jumlah sampel diketahui dengan menggunakan rumus slovin:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Jumlah populasi, yang diambil pada tahun 2018 berjumlah 1.825 orang.

e : Persentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan. Pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam penelitian ini sebesar 5%

1 : Konstanta

$$n = \frac{1825}{1+1825 \times 0,01}$$

$$n = \frac{1825}{1+18,25}$$

$$n = \frac{1825}{19,25}$$

$$n = 94,80 \text{ (dibulatkan 95) orang}$$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian ini dengan menggunakan metode:

Kuesioner/ Angket

Untuk keperluan analisis, penulis mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner dengan cara memberikan bobot penilaian setiap jawaban pertanyaan berdasarkan skala Likert menurut **Siregar (2013:25)**, skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.

Adapun bobot penelitian terhadap jawaban kuesioner adalah sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	= Skor 5
Setuju (S)	= Skor 4
Netral (N)	= Skor 3
Tidak Setuju (TS)	= Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= Skor 1

3.5 Metode Analisis Data

Analisis yang penulis gunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif kuantitatif yaitu menganalisa data dengan jalan mengklasifikasikan data-data berdasarkan persamaan jenis dari data tersebut, kemudian diuraikan antara satu data dengan data lainnya dihubungkan sedemikian rupa sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah yang diteliti.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Pada bagian ini akan dibahas mengenai bentuk sebaran jawaban responden terhadap keseluruhan konsep yang diukur. Dari sebaran jawaban responden tersebut, selanjutnya akan di peroleh sebuah kecenderungan dari seluruh jawaban yang ada. Untuk mendapat kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel, akan didasarkan pada nilai skor rata-rata (indeks) yang dikategorikan kedalam rentang skor.

3.5.2 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik, maka data tersebut harus diklasifikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

dalam kategori tertentu dengan menggunakan program SPSS for windows dimana bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

3.6 Uji Kualitas Data

Menurut **Sugiyono (2009)** kualitas data penelitian suatu hipotesis sangat bergantung pada kualitas data yang dipakai di dalam penelitian tersebut. Kualitas data penelitian ditentukan oleh instrumen yang berkualitas. Adapun uji yang digunakan untuk menguji kualitas data dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, dan uji normalitas.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (**Sugiyono, 2016:121**). Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur, yaitu dengan menggunakan *Coefficient Correlation Pearson* dalam SPSS 25. Pedoman untuk mengambil keputusan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan derajat $(n-2)$. Jika nilai r hasil perhitungan lebih besar dari nilai r dalam tabel pada alpha tertentu maka berarti signifikan sehingga disimpulkan bahwa butir pertanyaan atau butir pernyataan valid.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Salah satu teknik untuk mengukur reliabilitas suatu instrumen adalah teknik *Alpha Cronbach*. Kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliable dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, bila koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* $> 0,6$. (Ghozali, 2013:47).

3.6.3 Uji Normalitas

Uji normalitas data adalah langkah awal yang dilakukan untuk setiap analisis *multivariate*, khususnya jika tujuannya adalah inferensial. Tujuannya untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam pengujian ini menggunakan analisis grafik. Data yang berdistribusi normal jika data tersebut berbentuk sebuah lonceng yang kedua sisinya tidak terhingga. Atau data menyebar disepanjang garis diagonal. (Suliyanto, 2011:69)

3.7 Uji Asumsi Klasik

Tujuan asumsi klasik adalah untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan terbebas dari bias yang mengakibatkan hasil regresi yang diperoleh tidak valid dan akhirnya hasil regresi tersebut tidak dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menguji hipotesis dan penarikan kesimpulan. Tiga asumsi klasik yang perlu diperhatikan adalah sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Sate Islamic University of Sultan Sarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk, ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dari masing-masing variabel bebasnya terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) tidak lebih dari 10. Maka model regresi dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas (Suliyanto, 2011:81).

Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF).

3.7.2 Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dalam model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residu pengamatan lain. Maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas, kebanyakan data *cross section* mengandung situasi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Untuk membuktikan ada tidaknya gangguan heteroskedastisitas. Jika *Scatterplot* membentuk *polatorrent* (menyebar) maka nregresi tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas dan sebaliknya (Suliyanto, 2011: 95)

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik regresi linier berganda didasari pada pengaruh fungsional ataupun kausal dua variabel independen dengan satu variabel dependen (Sugiyono, 2016: 237). Untuk menganalisa pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen

terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada Masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir dilakukan analisis regresi linear berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Variabel Keputusan Pembelian
- X₁ = Variabel Motivasi
- X₂ = Variabel Persepsi
- X₃ = Variabel Sikap Konsumen
- a = Parameter Konstanta
- b₁, b₂, b₃ = Parameter Koefisien Regresi
- e = Standar Error (faktor pengganggu)

3.8 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda berdasarkan Uji secara Simultan (Uji F), Uji secara parsial (Uji t), Uji koefisien Determinasi (R²), maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan Software SPSS 25,0.

3.8.1 Uji Simultan (Uji F)

Digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel tergantungnya. Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel tergantung maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok. (Suliyanto, 2011:40).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Sate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun nilai alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05.

Dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$, maka:

H_0 ditolak H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.

- b. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$, maka:

H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan antara Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.

3.8.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (per variabel) variabel bebas terhadap variabel tergantungnya. (Suliyanto, 2011:40)

Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$, maka:

H_0 ditolak, H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial antara Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.

2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$, maka :

H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1) . Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. (Ghozali,2013:97).

Selanjutnya menafsirkan besarnya koefisien korelasi berdasarkan kriteria yang dikemukakan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Nilai Koefisien Determinasi

R	Interprestasi
0	Tidak Berkorelasi
0,1 – 0,20	Sangat Rendah
0,21 – 0,40	Rendah
0,41 – 0,60	Agak Rendah
0,61 – 0,80	Cukup
0,81 – 0,99	Tinggi
1	Sangat Tinggi

BAB IV

GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

4.1 Sejarah Desa Kemuning Muda

Kemuning Muda adalah salah satu desa yang berada di kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir Provinsi Riau. Kemuning adalah sebuah kecamatan di Kabupaten Indragiri Hilir, ibukota kecamatan ini berada di Selensen. Desa Kemuning Muda memiliki 3 dusun terdiri dari 7 Rw dan 13 Rt. Jumlah penduduk desa Kemuning Muda 2.415 jiwa sedangkan luas wilayah desa Kemuning Muda $\pm 29 \text{ Km}^2$.

Menurut cerita rakyat secara turun temurun Kemuning Muda berasal dari nama “Muning”. Muning adalah seorang perempuan yang lari dari daerah Muara Tutuhan, Provinsi Jambi. Muning dari raja kejam yang dikenal dengan raya aniaya. Raja tersebut sangat diktator dan tidak segan-segan membunuh ataupun menyiksa rakyatnya. Konon saking bejatnya, pengantin perempuan yang baru melangsungkan pernikahan harus terlebih dahulu tidur dengan raja tersebut. Karena keadaan itulah Muning melarikan diri dengan alasan mencari tanah untuk berladang saat raja tersebut sedang sakit. Dengan berjalan kaki dan bekal seadanya, sampailah akhirnya Muning ditepian semenanjung sungai yang bernama Tanjung Rambung. Sungai yang saat ini bernama sungai Retih itu berasal dari kata “Letih”, artinya saat itu Muning sudah sangat lelah dan bekalnya pun habis. Untuk memasak gulai, Muning cuma menggunakan biji kedondong yang ditumbuk dan di peras menjadi santan. Di tepi sungai inilah Muning bermukim, berladang, dan akhirnya bertemu lalu menikah dengan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seorang laki-laki yang bernama Sirun. Sirun berasal dari daerah p huluan sungai tersebut. Dari pernikahan itu mereka melahirkan sembilan orang anak, yang kemudian turun temurun berkembang di desa Kemuning Muda.

Setelah beberapa waktu, abang kandung dari Muning datang menyusul dan bermukim di tepian sungai seberang yang disebut dengan Cempaka, daerah itulah asal muasal dari desa Kemuning Tua. Berawal dari dua orang inilah terbentuknya dua desa, Muning yang muda membentuk desa Kemuning Muda, Muning yang tua membentuk desa Kemuning Tua.

Nasip sial menimpa Muning dan keluarganya, raja aniaya dan pasukannya menemukan persembunyian Muning, pencarian itu dibantu oleh seekor burung beo atau burung tiung. Rupanya pada waktu mau meninggalkan rumahnya dulu bueung beo peliharaan Muning ini tidak ingin ditinggal, namun Muning tetap memaksa burung itu untuk tinggal dan menyimpannya di dalam tempayan yang berisi dengan beras. Pada saat pasukan raja mengeledah rumah tersebut burung beo itu lah yang menyahut dan menceritakan rencana Muning kepada pasukan raja, bahkan jejak dan arah jalan Muning pun di tunjukkan oleh burung beo tersebut.

Pada tahun 1910 terbentuknya Riioo (sekarang disebut Kepala Desa) yang bernama Rustam (Ketam), inilah Kepala Desa pertama di Desa Kemuning Muda. Lalu pada tahun 1930 Riioo Rustam diganti dengan Riioo Mento yang merupakan Kepala Desa kedua di Desa Kemuning Muda. Pada tahun 1950 istilah Riioo diganti dengan Wali Negeri/Kepala Negeri yang dijabat oleh Abdul Kadir. Dua tahun menjabat, beliau digantikan oleh Wali Negeri kedua yang bernama Rahmansyah. Pada tahun 1993, istilah Wali

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Negeri/ Kepala Negeri diganti dengan Kepala Desa, dijabat oleh menantu laki-laki dari Rahmansyah yang bernama Razali. Pada tahun 2003 Kepala Desa dijabat oleh M. Pauzi. Pada tahun 2009 Kepala Desa dijabat oleh Imistar. Pada akhir tahun 2015 sampai saat ini Kepala Desa Kemuning Muda dijabat oleh Ardi Mukhlis.

4.2 Keadaan Demografi

Jumlah penduduk di desa Kemuning Muda tahun 2019 sebanyak 2.415 jiwa terdiri dari laki-laki dan perempuan. Jumlah kepala keluarga di desa Kemuning Muda sebanyak 523 kepala keluarga. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Jumlah Penduduk di Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir

No	Keterangan	Jumlah
1	Laki-Laki	1.153
2	Perempuan	1.262
Total		2.415

Sumber : Survei Lapangan

4.3 Keadaan Geografis

Secara Administratif desa Kemuning Muda merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir. Desa Kemuning Muda mempunyai iklim kemarau dan penghujan, hal tersebut berpengaruh pada aktivitas sehari-hari. Kondisi geografis desa Kemuning Muda umumnya merupakan dataran rendah dan rawa.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4.4 Alur Pemerintahan

Untuk saat ini Desa Kemuning Muda dipimpin oleh kepala desa yang bernama Ardi Muklis. Desa Kemuning Muda terdapat beberapa Dusun RW dan RT, di atas kepala desa langsung dipimpin oleh Camat. Adapun alur pemerintahan Desa Kemuning Muda saat ini pada tahun 2019 adalah sebagai berikut:

Kepala Desa : Ardi Muklis
Sekretaris Desa : Indra Juli S.Psi
Bendahara Desa : Arjunai

4.5 Sejarah Rempah Rendang Cik Diah

Home industri Rempah Rendang Cik Diah mulai berdiri pada tahun 2005. Dengan pengalaman 14 tahun Rempah Rendang Cik Diah tetap konsisten dalam melayani dan meningkatkan mutu kualitas Rempah Rendang sehingga aman dan efektif untuk dikonsumsi.

Rempah Rendang Cik Diah diolah secara manual, dahulu pernah diolah menggunakan mesin akan tetapi hingga saat ini mesin tersebut rusak dan tidak bisa digunakan. Untuk pemasaran pertama kali hanya di kalangan masyarakat sekitar yang tertarik dengan rasa Rempah Rendang tersebut. Hingga saat ini pemasarannya lebih luas hingga mencapai keluar daerah. Dan puncak pemasarannya biasanya terjadi menjelang momen Idul Fitri dan Idul Adha ataupun pada saat bulan Ramadhan.

Rempah Rendang Cik Diah hampir setiap tahun selalu mengikuti pameran bazar pada saat acara MTQ tingkat Kecamatan Kemuning ataupun

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

tingkat Kabupaten Indragiri Hilir hal ini bisa kita lihat pada stand tempat pameran. Dan pada pasar tradisionalpun Rempah Rendang Cik Diah sangat mudah untuk kita temui.

Rempah Rendang Cik Diah merupakan rempah tradisional yang dikembangkan oleh *home industry* yang berkomposisi sebagai berikut: Lengkuas, Serai, Kunyit, Bawang Merah, Ketumbar, Cabe, Cengkeh, Kayu Manis, Kelapa Goreng, Bunga Lawang, Merica, Bawang Putih, Kacang Tanah, Buah Kemiri dan Minyak Goreng. Rempah Rendang Cik Diah ini Salah satu produk UMKM yang terletak di Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir.

Sebagai *home industri* Cik Diah secara terus menerus melakukan perbaikan pada kualitas dan mutu rempah. Saat ini Rempah Rendang Cik Diah dilengkapi dengan fasilitas produksi sesuai dengan persyaratan (Dinas Kesehatan Kabupaten, BPOM dan Sertifikasi halal dari MUI) hal ini menunjukkan bahwa Rempah Rendang Cik Diah dinyatakan halal sesuai dengan syariat islam dan aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat umum.

(Sumber Rempah Rendang Cik Diah)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diatas yang telah dilakukan mengenai pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian Rempah Rendang Cik Diah pada Masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Secara Parsial, Variabel Motivasi (X_1) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) Rempah Rendang Cik Diah pada Masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir.
2. Secara Parsial, Variabel Persepsi (X_2) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) Rempah Rendang Cik Diah pada Masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir.
3. Secara Parsial, Variabel Sikap Konsumen (X_3) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) Rempah Rendang Cik Diah pada Masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir.
4. Secara Simultan, Variabel Motivasi (X_1), Persepsi (X_2), dan Sikap Konsumen (X_3) memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) Rempah Rendang Cik Diah pada Masyarakat Desa Kemuning Muda Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Berdasarkan perhitungan Koefisien Determinasi (R^2) Nilai Adjusted R Square sebesar 0,532 atau 53,2%, yang menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel motivasi, persepsi, dan sikap konsumen. Sementara sisanya 0,468 atau 46,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini

6.2.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah di kemukakan sebelumnya, maka untuk menciptakan Keputusan Pembelian, disarankan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa motivasi, persepsi, dan sikap konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam kategori sedang. Oleh karena itu, Cik Diah disarankan untuk meningkatkan kualitas dari produk yang ditawarkan, sehingga kepercayaan konsumen pada Rempah Rendang Cik Diah semakin kuat dan keputusan pembelian semakin meningkat.
2. Berdasarkan hasil penelitian, motivasi yang memiliki tingkat pengaruh yang paling kecil, oleh karena itu Cik Diah disarankan untuk menambah cita rasa dari produk sehingga konsumen semakin termotivasi untuk membeli produk dari Cik Diah.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang sejenis, serta diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel –variabel terbaru yang kemungkinan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahannya

Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

_____. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Armstrong, Kotler. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition*. England : Pearson Education, Inc

Alfa, Lina. 2018. "Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Oleh Kelurahan Air Putih Kecamatan Tampan Pekanbaru" Skripsi, Uin Suska Riau : Pekanbaru

Damiati, dkk. 2017. *Perilaku Konsumen*. Edisi 1 Cet. Pertama. Depok : Rajawali Pers

Dharmmesta, Busu Swastha dan T. Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPPFE

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: B-PUNDIP

Gunawan, Steffi. (Jurnal Internasional 2015) Judul: "The Impact of Motivation, Perception and Attitude toward Consumer Purchasing Decision: A Study Case of Surabaya and Jakarta Society on Carl's Junior"

Khairi, Alfia . 2018, "Pengaruh Motivasi, Persepsi Konsumen, dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Mengunjungi Taman Wisata Alam Mayang Pekanbaru" Skripsi, Uin Suska Riau : Pekanbaru

Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga

_____. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2011, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta

_____. 2016. *Marketing Managemen*. 15th Edition, Pearson Education, Inc

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

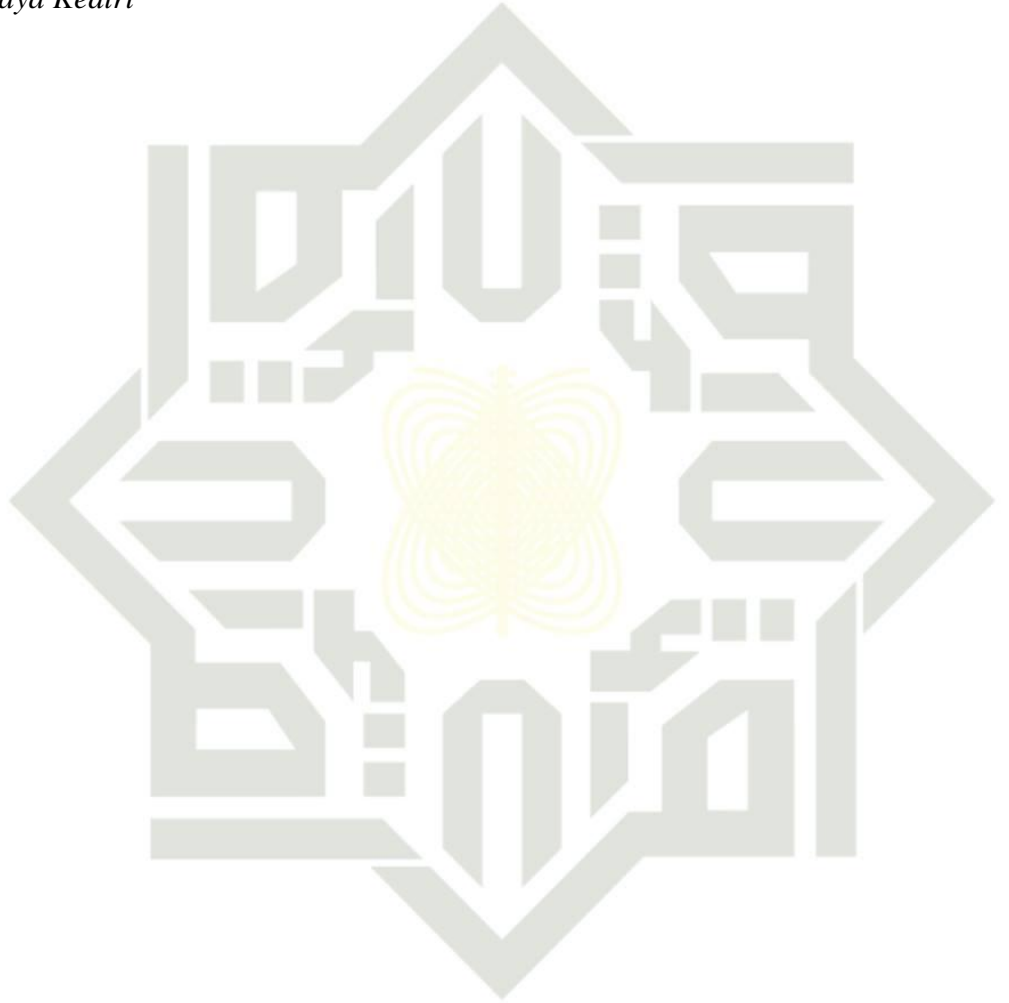
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- M. Kaunang (Jurnal 2015) Judul: “Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor di Kota Manado”
- Okaviani , Wulan. 2018. “Pengaruh Harga, Persepsi Konsumen dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Caffe Indiya Kuliner di Teluk Kuantan” Skripsi, Uin Suska Riau : Pekanbaru
- Ramadhani, Venesa Aisyah. 2018. “Pengaruh Persepsi, Motivasi dan Gaya Hidup Konsumen Usia Muda Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Cepat Saji di Mcdonald’s Sudirmanm Pekanbaru (Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Suska Riau Fakultas Sains dan Teknologi Jurusan Teknik Industri S1)” Skripsi, Uin Suska Riau : Pekanbaru
- Reynaldi. 2017. “Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha (Studi Kasus di Desa Ranah Singkuang Kecamatan Kampar)”Skripsi, Uin Suska Riau : Pekanbaru
- Sangadji dan Sopiiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. CV Andi Yogyakarta
- Saputra, Riki. 2017. “Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vario 125 pada PT. Capella Dinamik Nusantara Pekanbaru” Skripsi, Uin Suska Riau : Pekanbaru
- Setiadi, J Nugroho,2010. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Jakarta: Kencana
- Siregar, Sofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor
- _____. 2015. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi 2 Cet. Ketiga. Penerbit Ghalia Indonesia
- Suyani, Tatik.2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Suyiono. 2014. “*Metode Penelitian Bisnis*”. Bandung: Alfabeta
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitati, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.

Suniaty (Jurnal 2014) Judul: “*Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, Sikap Konsumen dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Komputer Tablet Apple Ipad Pada Emax Apple Store Surabaya*”

Tjiptono, Fandy. 2011. Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta : ANDI

Yamanik, Tain. (Jurnal 2017) Judul: “*Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Cat Tembok Mawar di UD Tetap Jaya Kediri*”



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBARAN KUISIONER



UIN SUSKA RIAU

PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN REMPAH RENDANG CIK DIAH PADA MASYARAKAT DESA KEMUNING MUDA KECAMATAN KEMUNING KABUPATEN INDRAGIRI HILIR

Terimakasih atas partisipasi Bapak/Ibu, Saudara/I, responden untuk mengisi kuisisioner penelitian ini. Kuisisioner ini merupakan instrumen penelitian yang dilakukan oleh :

: Yana Sofiana
 : 11571200901
 : Manajemen
 : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 : UIN SUSKA RIAU

Untuk menunjang penelitian dalam rangka penulisan skripsi program sarjana yang Bapak/Ibu, Saudara/I berikan hanya untuk kepentingan akademis dan akan dijaga kerahasiaannya. Atas bantuan dan kerja sama Bapak/Ibu, Saudara/I saya ucapkan terimakasih.

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Petunjuk Pengisian

Berikan Tanda Ceklis (✓) pada salah satu item

IDENTITAS RESPONDEN

Data Responden

Nama

Jenis Kelamin :

Pria

Wanita

Usia saat ini : (Pilih salah satu di bawah ini)

25 thn – 40 thn

>40 thn

Pekerjaan: (Pilih salah satu dibawah ini)

Ibu RumahTangga

PNS

Wiraswasta

PETUNJUK PENGISIAN

Isilah lebih dahulu identitas anda.

Bacalah dengan baik pernyataan dan pilih salah satu jawaban yang menurut anda paling benar dengan memberi tanda (✓) pada pilihan Anda.

Pilih jawaban dengan kriteria di bawah ini :

a. Sangat Setuju (SS)

b. Setuju (S)

c. Netral (N)

d. Tidak Setuju (TS)

e. Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PERNYATAAN

Berilah tanda (✓) pada jawaban yang dianggap paling sesuai dengan keadaan saudara mengenai pembelian Rempah Rendang Cik Diah di Desa Kemuning Muda.

Keputusan Pembelian (Y)

PERNYATAAN	JAWABAN				
	SS	S	N	TS	STS
Saya membeli Rempah Rendang Cik Diah karena ingin mengetahui rasa Rempah Rendang tersebut.					
Secara keseluruhan saya merasa puas dalam mengkonsumsi Rempah Rendang Cik Diah.					
Saya membeli Rempah Rendang Cik Diah karena sudah mendapatkan informasi tentang kualitas Rempah Rendang Cik Diah.					
Saya membeli Rempah Rendang Cik Diah karena sudah banyaknya pelanggan dan mendapat respon yang baik.					
Sebelum Saya melakukan pembelian Rempah Rendang Cik Diah saya membandingkan harga dan cita rasa dengan Rempah Rendang Lainnya.					
Sebelum saya melakukan pembelian Rempah Rendang Cik Diah saya membandingkan bentuk kemasan dan komposisi dengan Rempah Rendang lainnya.					
Saya sendiri memutuskan membeli Rempah Rendang Cik Diah.					
Saya berniat akan melakukan pembelian kembali di masa yang akan datang.					
Saya membeli Rempah Rendang Cik Diah karena ketersediaan rempahnya selalu ada di setiap toko.					
Saya akan terus membeli Rempah Rendang Cik Diah karena harganya yang relatif murah sesuai dengan keadaan ekonomi.					

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2. Motivasi Konsumen (X₁)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli Rempah Rendang Cik Diah karena adanya kebutuhan.					
2	Saya membeli Rempah Rendang Cik Diah karena jika saya membuat sendiri maka biaya yang dikeluarkan relatif lebih tinggi dibandingkan dengan membeli.					
3	Jaringan distribusi dalam penjualan Rempah Rendang Cik Diah sudah cukup menyebar luas.					
4	Rempah Rendang Cik Diah bisa dibeli oleh semua kalangan masyarakat.					
5	Saya terdorong untuk membeli Rempah Rendang Cik Diah karena menggunakan bahan rempah alami.					
6	Saya membeli Rempah Rendang Cik Diah karena isi di dalam kemasannya yang cukup banyak.					

3. Persepsi Konsumen (X₂)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya tertarik untuk membeli Rempah Rendang Cik Diah karena memiliki cita rasa yang khas.					
2	Saya membeli Rempah Rendang Cik Diah karena saya sudah terbiasa mengkonsumsinya.					
3	Rempah Rendang Cik Diah dibuat oleh <i>Home Industri</i> dan mempunyai reputasi yang baik.					
4	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain ketika orang bertanya kepada saya tentang Rempah Rendang Cik Diah.					
5	Saya memilih Rempah Rendang Cik Diah karena merupakan rempah yang instan.					
6	Saya memilih Rempah Rendang Cik Diah karena Rempah Rendangnya memiliki daya tahan yang cukup lama.					

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Halika Supriatna, UIN Sultan Syarif Kasir



4. Sikap Konsumen (X₃)

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya yakin merek Rempah Rendang Cik Diah terjamin dari segi kesehatannya.					
2	Merek Rempah Rendang Cik Diah mudah diingat.					
3	Rempah Rendang Cik Diah sudah di kenal masyarakat karena telah ada sejak lama.					
4	Saya membeli Rempah Rendang Cik Diah dan beberapa anggota keluarga juga telah menggunakannya.					
5	Saya tertarik membeli Rempah Rendang Cik Diah karena telah terbukti halal dan memiliki sertifikat dari MUI.					
6	Saya membeli Rempah Rendang Cik Diah karena mempunyai aroma yang lezat.					

© Hak Cipta dan Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

53	Perempuan	25-40 Thn	PNS	3	2	3	2	3	2	15	3	2	3	2	2	3	15	5	5	5	4	5	5	29	3	3	3	3	2	3	3	5	2	3	30	
54	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	4	5	5	4	4	4	26	4	4	3	4	4	3	22	3	3	3	3	2	3	17	3	3	2	3	2	3	3	5	2	3	29	
55	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	3	3	3	4	3	4	20	3	4	3	3	3	4	20	3	2	3	2	2	3	15	3	3	3	3	2	3	3	5	2	3	30	
56	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	4	4	4	26	5	5	4	4	5	4	27	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44	
57	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	4	4	4	25	4	5	5	5	4	4	27	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42	
58	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	4	4	5	5	5	4	27	5	4	5	5	5	4	28	3	4	4	4	4	4	23	3	4	4	3	4	3	5	4	3	36		
59	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	4	4	5	5	5	5	28	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47	
60	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	3	4	3	4	3	4	21	3	4	3	3	3	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42	
61	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	5	5	26	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	2	3	3	5	2	3	30	
62	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	40	
63	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	4	4	4	25	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48	
64	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	3	4	3	4	3	4	21	3	4	4	3	3	3	20	4	5	5	5	4	4	27	3	3	3	3	2	3	3	5	2	3	30	
65	Perempuan	> 40 Thn	PNS	3	3	3	3	3	2	17	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	5	4	5	26	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	43	
66	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	5	5	5	5	5	5	30	3	3	3	3	3	4	19	3	2	3	2	2	3	15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	
67	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	4	5	5	5	4	4	27	4	5	5	4	4	4	26	5	5	4	4	5	5	28	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43	
68	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	4	4	4	25	3	4	3	4	3	4	21	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	43	
69	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	4	3	3	3	3	3	19	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	45	
70	Perempuan	25-40 Thn	Ibu Rumah Tangga	5	4	3	3	3	3	21	3	3	2	3	3	3	17	4	3	4	3	4	4	22	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	32	
71	Perempuan	25-40 Thn	Ibu Rumah Tangga	5	4	4	4	4	5	26	4	5	4	4	4	4	25	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42	
72	Perempuan	25-40 Thn	Ibu Rumah Tangga	3	3	3	3	3	2	17	5	4	5	5	5	4	28	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	35	
73	Perempuan	25-40 Thn	Ibu Rumah Tangga	4	3	4	5	4	3	23	5	5	4	4	4	4	26	4	5	5	5	4	4	27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
74	Perempuan	25-40 Thn	Ibu Rumah Tangga	3	3	3	4	3	3	19	3	4	3	3	3	4	20	5	5	5	4	5	5	29	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42	
75	Perempuan	25-40 Thn	Ibu Rumah Tangga	3	4	4	5	4	4	24	3	2	3	3	3	3	17	3	2	3	2	2	3	15	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	32	
76	Perempuan	25-40 Thn	Ibu Rumah Tangga	5	4	4	5	4	4	26	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	4	5	26	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	40	
77	Perempuan	25-40 Thn	Ibu Rumah Tangga	5	5	4	5	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	3	3	4	20	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	44	
78	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	4	3	3	4	4	3	21	5	5	4	4	5	5	28	5	4	4	4	5	3	25	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	44	
79	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	4	5	5	4	4	4	26	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	5	5	4	29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	
80	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	5	4	5	4	5	5	28	3	3	4	4	4	4	22	4	5	5	4	4	5	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
81	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	5	4	4	4	5	5	27	4	5	4	4	4	4	25	4	4	3	3	4	4	22	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	34	
82	Perempuan	25-40 Thn	Wiraswasta	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	5	5	27	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48	
83	Perempuan	25-40 Thn	Ibu Rumah Tangga	3	3	3	3	3	4	19	3	4	4	3	3	3	20	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	2	3	3	5	2	3	30	
84	Perempuan	25-40 Thn	Ibu Rumah Tangga	4	4	5	5	5	5	28	5	5	4	4	4	4	26	4	3	4	4	4	3	22	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43	
85	Perempuan	25-40 Thn	Ibu Rumah Tangga	3	3	3	4	3	3	19	3	3	3	3	3	4	19	5	4	4	4	5	4	26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	
86	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	4	4	5	5	5	5	28	5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
87	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	3	4	3	4	3	4	21	3	4	3	3	3	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42	
88	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	3	3	3	3	3	2	17	3	2	3	3	3	3	17	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	32
89	Perempuan	> 40 Thn	Wiraswasta	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	40	
90	Perempuan	> 40 Thn	Wiraswasta	4	5	5	5	4	4	27	4	4	4	4	4	4	24	3	2	3	2	2	3	15	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	44
91	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	5	4	4	4	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30	4	3	4	4	4	4	23	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	40	
92	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	4	3	19	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	
93	Perempuan	> 40 Thn	Ibu Rumah Tangga	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	4	4	4	27	4	5	5	5	4	4	27	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	44	
94	Perempuan	> 40 Thn	PNS	4	4	5	5	5	4	27	5	4	4	4	4	4	25	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	
95	Perempuan	> 40 Thn	Wiraswasta	4	5	5	4	4	4	26	4	4	3	4	4	3	22	3	2	3	2	2	3	15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

kan dan menyebutkan sumber:

1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin penerbitannya dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t

Lampiran SPSS Kualitas Data

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	X1
P1	Pearson Correlation	1	.584**	.607**	.448**	.677**	.609**	.769**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P2	Pearson Correlation	.584**	1	.733**	.615**	.605**	.676**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P3	Pearson Correlation	.607**	.733**	1	.649**	.800**	.690**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P4	Pearson Correlation	.448**	.615**	.649**	1	.702**	.643**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P5	Pearson Correlation	.677**	.605**	.800**	.702**	1	.780**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P6	Pearson Correlation	.609**	.676**	.690**	.643**	.780**	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X1	Pearson Correlation	.769**	.828**	.884**	.801**	.903**	.877**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95

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

Correlations

		P7	P8	P9	P10	P11	P12	X2
P7	Pearson Correlation	1	.764**	.774**	.836**	.804**	.602**	.904**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P8	Pearson Correlation	.764**	1	.687**	.700**	.685**	.581**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P9	Pearson Correlation	.774**	.687**	1	.830**	.773**	.725**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P10	Pearson Correlation	.836**	.700**	.830**	1	.946**	.713**	.941**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P11	Pearson Correlation	.804**	.685**	.773**	.946**	1	.701**	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P12	Pearson Correlation	.602**	.581**	.725**	.713**	.701**	1	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X2	Pearson Correlation	.904**	.845**	.901**	.941**	.918**	.803**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95

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

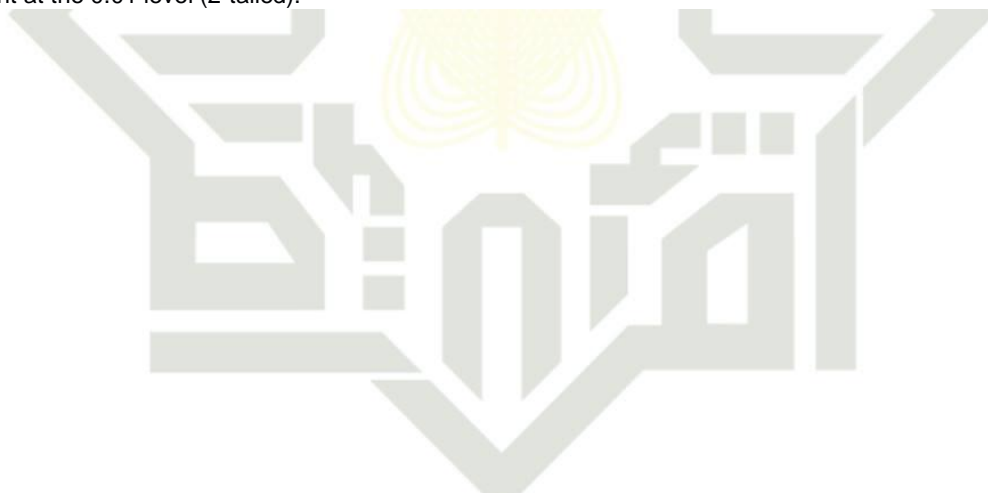
1. Lintang
2. Diarag mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t

Correlations

		P13	P14	P15	P16	P17	P18	X3
P13	Pearson Correlation	1	.676**	.621**	.596**	.934**	.585**	.842**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P14	Pearson Correlation	.676**	1	.738**	.838**	.776**	.693**	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P15	Pearson Correlation	.621**	.738**	1	.737**	.676**	.573**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P16	Pearson Correlation	.596**	.838**	.737**	1	.733**	.651**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P17	Pearson Correlation	.934**	.776**	.676**	.733**	1	.664**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
P18	Pearson Correlation	.585**	.693**	.573**	.651**	.664**	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95
X3	Pearson Correlation	.842**	.919**	.830**	.888**	.920**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95

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

1. Lintang
2. Diarag mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t





- Hal 1
1. Lengkapi ringkasan swagati atau seuiun naya uis ini talpa nrihriwinihian dan menyebutkan sumber:
- a. Penguipian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, penyusunan laporan
- b. Penguipian tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarag mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tuis ini dalam bentuk apapun t

		Correlations										
		P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	Y
P19	Pearson Correlation	1	.833	.718	.872	.734	.799	.638	.426	.704	.730	.891
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
P20	Pearson Correlation	.833	1	.754	.830	.684	.793	.659	.563	.687	.773	.908
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
P21	Pearson Correlation	.718	.754	1	.678	.693	.755	.558	.335	.785	.740	.848
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
P22	Pearson Correlation	.872	.830	.678	1	.769	.838	.750	.381	.670	.765	.901
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
P23	Pearson Correlation	.734	.684	.693	.769	1	.755	.646	.138	.791	.679	.829
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.183	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
P24	Pearson Correlation	.799	.793	.755	.838	.755	1	.669	.405	.701	.670	.883
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
P25	Pearson Correlation	.638	.659	.558	.750	.646	.669	1	.343	.666	.650	.790
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
P26	Pearson Correlation	.426	.563	.335	.381	.138	.405	.343	1	.287	.514	.531
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.183	.000	.001		.005	.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
P27	Pearson Correlation	.704	.687	.785	.670	.791	.701	.666	.287	1	.740	.854
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005		.000	.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
P28	Pearson Correlation	.730	.773	.740	.765	.679	.670	.650	.514	.740	1	.877
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95
Y	Pearson Correlation	.891	.908	.848	.901	.829	.883	.790	.531	.854	.877	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95	95

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





Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	6

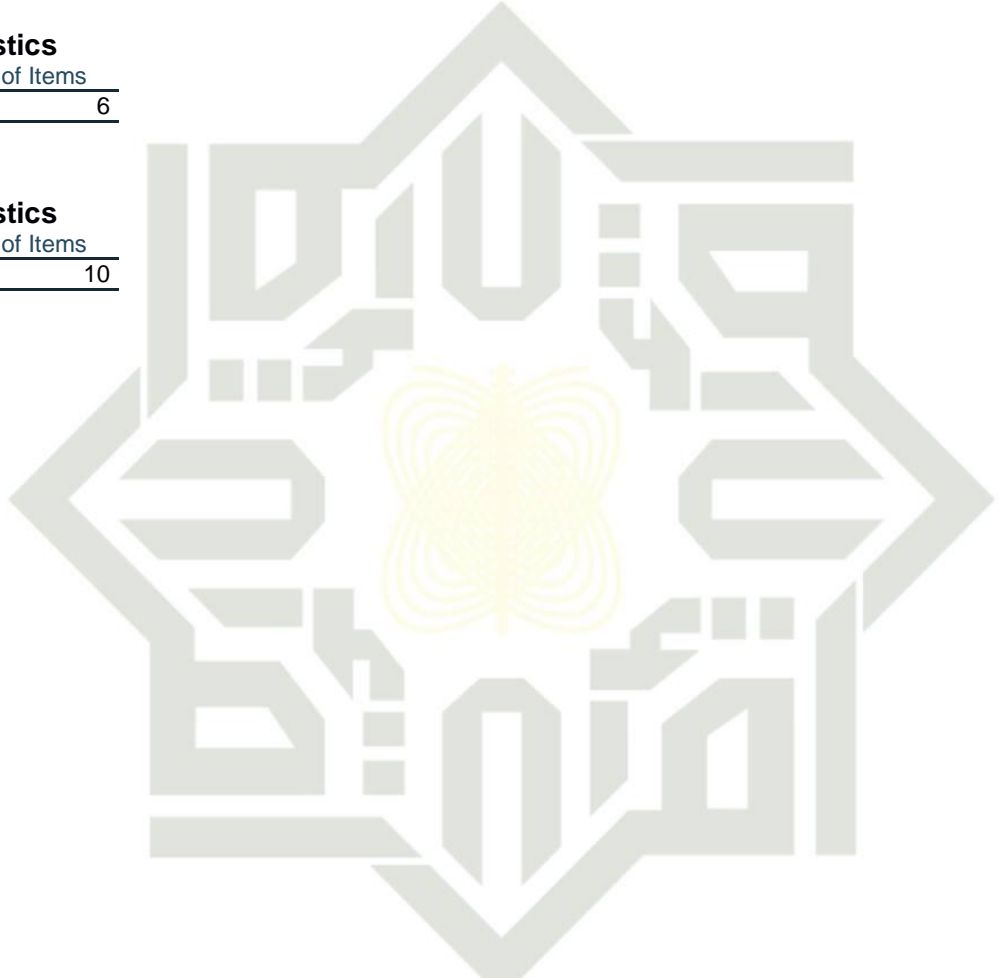
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.931	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.948	10

1. Hal
 - a. Liraridng menguuyr sebagian arau dilindu
 - b. Penguipian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan
2. Diararng mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN SPSS REGRESI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 ^a	.547	.532	4.411

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2136.050	3	712.017	36.598	.000 ^b
	Residual	1770.434	91	19.455		
	Total	3906.484	94			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.090	3.867		.541	.590		
	X1	.458	.159	.299	2.879	.005	.462	2.163
	X2	.655	.158	.432	4.154	.000	.460	2.173
	X3	.422	.113	.270	3.742	.000	.956	1.047

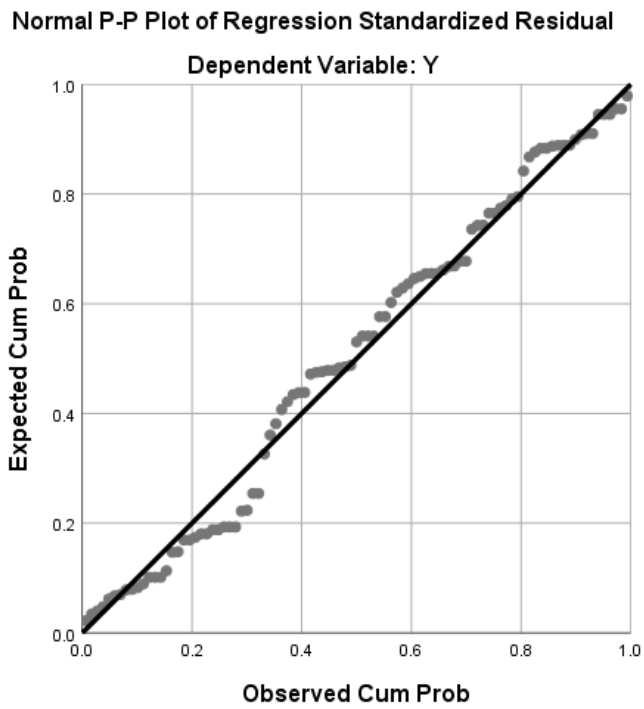
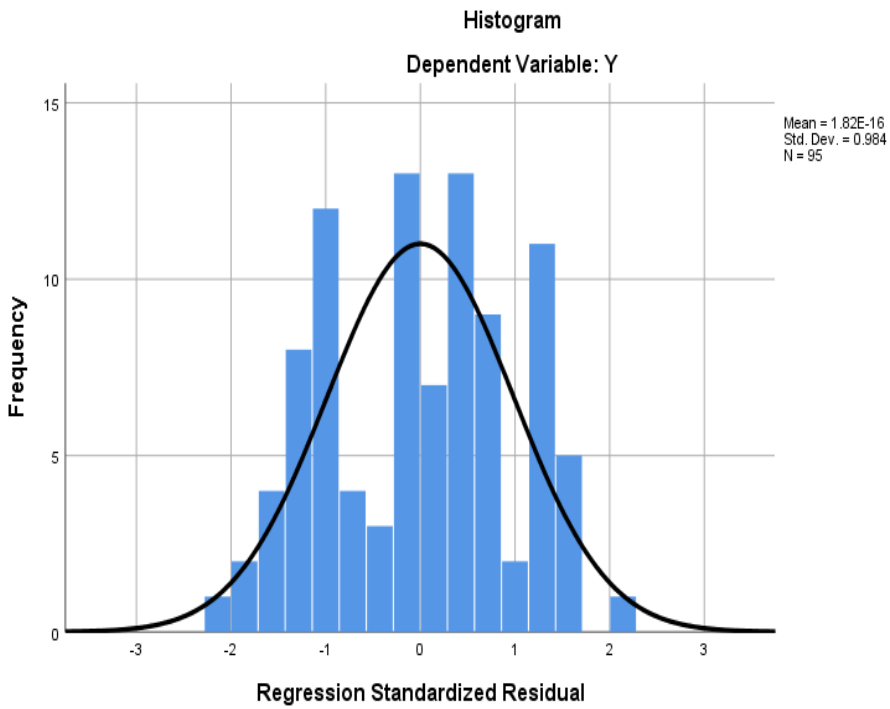
a. Dependent Variable: Y

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini t
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, per
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

an kritik atau tinjauan suatu masalah.

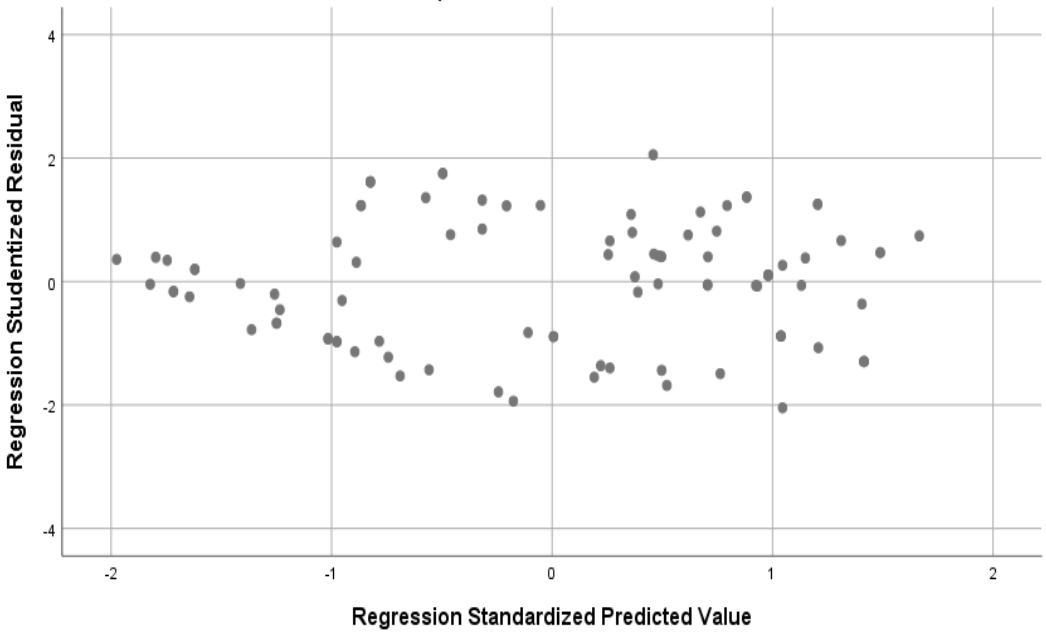
y of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Scatterplot
Dependent Variable: Y



UIN SUSKA RIAU



LAMPIRAN SPSS FREKUENSI

P1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	29	30.5	30.5
	4	39	41.1	71.6
	5	27	28.4	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.1	1.1
	3	27	28.4	29.5
	4	41	43.2	72.6
	5	26	27.4	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	31	32.6	32.6
	4	28	29.5	62.1
	5	36	37.9	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.1	2.1
	3	17	17.9	20.0
	4	34	35.8	55.8
	5	42	44.2	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	29	30.5	30.5
	4	32	33.7	64.2
	5	34	35.8	100.0
Total	95	100.0	100.0	

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

c. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

d. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

e. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

f. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

g. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

h. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

i. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

j. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

k. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

l. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

m. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

n. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

o. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

p. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

q. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

r. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

s. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

t. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

u. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

v. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

w. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

x. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

y. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...

z. i. Sinyal yang menunjukkan bahwa...





P6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	8	8.4	8.4	8.4
3	18	18.9	18.9	27.4
4	34	35.8	35.8	63.2
5	35	36.8	36.8	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	30	31.6	31.6	31.6
4	29	30.5	30.5	62.1
5	36	37.9	37.9	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	7.4	7.4	7.4
3	17	17.9	17.9	25.3
4	32	33.7	33.7	58.9
5	39	41.1	41.1	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.1	2.1	2.1
3	27	28.4	28.4	30.5
4	37	38.9	38.9	69.5
5	29	30.5	30.5	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.1	1.1	1.1
3	29	30.5	30.5	31.6
4	45	47.4	47.4	78.9
5	20	21.1	21.1	100.0
Total	95	100.0	100.0	

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

a. Tidak diperkenankan untuk menyebarkan, memperbanyak, menyalin, atau melakukan tindakan lain yang melanggar hukum tanpa izin UIN Suska Riau.

pendung

kluruh

menca

bukai



P11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.1	1.1	1.1
3	26	27.4	27.4	28.4
4	45	47.4	47.4	75.8
5	23	24.2	24.2	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	22	23.2	23.2	23.2
4	47	49.5	49.5	72.6
5	26	27.4	27.4	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	21	22.1	22.1	22.1
4	54	56.8	56.8	78.9
5	20	21.1	21.1	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	11	11.6	11.6	11.6
3	18	18.9	18.9	30.5
4	41	43.2	43.2	73.7
5	25	26.3	26.3	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	20	21.1	21.1	21.1
4	52	54.7	54.7	75.8
5	23	24.2	24.2	100.0
Total	95	100.0	100.0	

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan harus mencantumkan nama penulis, tahun terbit, judul, dan nama penerbit.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



P21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.1	2.1	2.1
3	24	25.3	25.3	27.4
4	37	38.9	38.9	66.3
5	32	33.7	33.7	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	33	34.7	34.7	34.7
4	46	48.4	48.4	83.2
5	16	16.8	16.8	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P23

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	9	9.5	9.5	9.5
3	19	20.0	20.0	29.5
4	55	57.9	57.9	87.4
5	12	12.6	12.6	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P24

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	35	36.8	36.8	36.8
4	45	47.4	47.4	84.2
5	15	15.8	15.8	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P25

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	31	32.6	32.6	32.6
4	39	41.1	41.1	73.7
5	25	26.3	26.3	100.0
Total	95	100.0	100.0	

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

a. 1. Mengutipan harus untuk keperluan Penulisan, Pengajaran, Penelitian, Penulisan Karya Ilmiah, Penyusunan Laporan, dan Perencanaan Kritik atau Tinjauan suatu masa

pendung

sluruh

mencantumkan

kan su



P26

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	28	29.5	29.5	29.5
4	29	30.5	30.5	60.0
5	38	40.0	40.0	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P27

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	9	9.5	9.5	9.5
3	17	17.9	17.9	27.4
4	41	43.2	43.2	70.5
5	28	29.5	29.5	100.0
Total	95	100.0	100.0	

P28

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	32	33.7	33.7	33.7
4	34	35.8	35.8	69.5
5	29	30.5	30.5	100.0
Total	95	100.0	100.0	

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hencantumkan dan menyebutkan sumber:

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

Titik Persentase Distribusi F

Probabilita = 0.05

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

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut	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

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

- 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- c. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- d. Pengutipan harus mencantumkan dan menyebutkan sumber.



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
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



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
181	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
182	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
183	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
184	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72
185	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
186	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72
187	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
188	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
189	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
190	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
191	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
192	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
193	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
194	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
195	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
196	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
197	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
198	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
199	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
200	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
201	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
202	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.06	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
203	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
204	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
205	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
206	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.72
207	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.84	1.80	1.77	1.74	1.71
208	3.89	3.04	2.65	2.42	2.26	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
209	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
210	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
211	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
212	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
213	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
214	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
215	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
216	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
217	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
218	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
219	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.77	1.74	1.71
220	3.88	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
221	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
222	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
223	3.88	3.04	2.65	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
224	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71
225	3.88	3.04	2.64	2.41	2.25	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.76	1.74	1.71

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Titik Persentase Distribusi t

d.f. = 1 - 200

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

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	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

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

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
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

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

Titik Persentase Distribusi t (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

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

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

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
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

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

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 –200)

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
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Label r (Koefisien Korelasi Sederhana)

$$df = 1 - 200$$

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

UIN SUSKA RIAU

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



a Rau

Yana Sofiana, lahir di Kemuning Tua pada tanggal 04 Agustus 1997 merupakan anak pertama dari 3 bersaudara, lahir dari pasangan Nasrun dan Almh Sopiah. Penulis mengawali pendidikan di Sekolah Dasar Negeri 009 Kemuning Muda, lulus pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan pendidikan di Madrasah Tsanawiyah Nurul Iman Kemuning Muda, lulus pada tahun 2012. Kemudian melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah Negeri 039 Tembilahan, lulus pada tahun 2015. Lalu penulis mendaftar kuliah jalur SNMPTN dan diterima sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Program Studi Manajemen S1. Penulis dinyatakan lulus pada sidang munaqasyah tepatnya pada tanggal 30 Desember 2019. Penulis berhasil menyanggah gelar SE (Sarjana Ekonomi) dengan judul skripsi “PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN REMPAH RENDANG CIK DIAH PADA MASYARAKAT DESA KEMUNING MUDA KECAMATAN KEMUNING KABUPATEN INDRAGIRI HILIR”

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

RIWAYAT HIDUP PENULIS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.