

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

##### 1. Berdasarkan data karakteristik

Berdasarkan data karakteristik yang berkunjung ke Candi Sambisari yang telah dikumpulkan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik wisatawan dibagi menjadi tiga , yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pekerjaan.

Berdasarkan usia wisatawan yang berkunjung ke Candi Sambisari dapat di disimpulkan bahwa umur yang lebih dominan usia 21 – 25 tahun sebanyak 32 %, sedangkan terendah umur 26 – 30 tahun sebanyak 3%. Melihat dari hasil responden menurut usia lebih dominan berumur 21 – 25 tahun yaitu umur pelajar / mahasiswa, karena umur 21 – 25 tahun masih suka berkelompok sehingga banyaknya yang datang berkelompok dengan teman seantarannya. Sedangkan untuk usia terendah yaitu umur 26 – 30 tahun datang bersama keluarga, suami/istri dan anaknya.

Karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin dapat disimpulkan nilai tertinggi perempuan sebesar 33%, sedangkan laki – laki sebesar 17 %. Melihat dari hasil responden menurut jenis kelamin lebih dominan

perempuan, karena pada periode penelitian banyaknya perempuan yang berkunjung di Candi Sambisari datang untuk berselfie, sedangkan laki – laki yang berkunjung untuk menjadi fotografer.

Karakteristik wisatawan berdasarkan pekerjaan dapat disimpulkan bahwa pelajar/mahasiswa sebanyak 34% , karyawan sebanyak 9%, dan lain – lain sebanyak 7%. Melihat dari hasil responden menurut pekerjaan lebih dominan pelajar/mahasiswa, dikarenakan pada periode penelitian dilakukan pada hari – hari biasa, bukan akhir pekan. Sehingga para karyawan yang berkunjung hanya sedikit.

## 2. Kesimpulan Hasil Analisis

- a. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh bahwa brand marketing (X) mempunyai pengaruh terhadap minat kunjungan ke destinasi Candi Sambisari (Y).
- b. Diketahui  $t_{hitung}$  sebesar 3.410 dengan nilai probabilitas  $0.000 < 0.05$  yang berarti bahwa variabel brand marketing berpengaruh terhadap minat kunjungan ke destinasi Candi Sambisari. Dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak, dan diperoleh besarnya R Square adalah sebesar 0.396. Artinya besarnya pengaruh variabel brand marketing dapat mempengaruhi minat kunjungan sebesar 39.6%. Sedangkan sisanya sebesar 60.4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## B. Saran

Dalam penelitian ini Penulis ingin memberikan saran kepada :

### 1. Pihak Pengelola

- a. Memperluas cara promosi contohnya memasang berupa banner atau baliho (iklan) yang *eye catching* sehingga menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung.
- b. Memasang petunjuk arah ke arah Candi yang lebih jelas, sehingga para wisatawan yang akan berkunjung ke Candi Sambisari tidak tersesat.
- c. Menambahkan dan memperbaiki aspek amenitas (fasilitas) contohnya membuat lahan parkir khusus, sehingga destinasi tersebut memiliki lahan parkir sendiri.

### 2. Peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode lain dalam meneliti pengaruh brand marketing terhadap minat kunjungan ke destinasi Candi Sambisari misalnya wawancara yang mendalam dengan semua pihak pengelola Candi Sambisari maupun responden yang ditemui oleh peneliti. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat membuat penelitian dengan sampel yang lebih banyak, sehingga hasil dari penelitian dapat mewakili kesimpulan secara keseluruhan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2009. *Marketing*. Yogyakarta. MedPress.
- Consumerbehavior.lecture.ub.ac. “*Mengukur Brand equity*” (<http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/05/brand-equity-kekuatan-suatu-merek.html>, diakses 2 Maret 2017).
- Dyanrahmada. 2013.”*Brand Equity, Brand Awareness, Perceived Quality dan Brand Loyalty.*” (<http://jurnal-sdm.blogspot.com/>.diakses 27 Febuari 2017).
- Daryanto. 1997. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Penerbit Rosda Karya.
- Hardinoto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: UI Press.
- I Gde Pitana & Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Offset.
- I Gde Pitana & I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Kotler, Philip. 2006. *B2B Brand Manajemen*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer.
- Mulyati. 1998. *Psikologi Belajar*. Yogyakarta : Andi Publisher.
- M. Akrom K. 2014. “*Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan di Pantai Cahaya, Waleri, Kabupaten Kendal.*” ([http://eprints.undip.ac.id/10\\_Khasam](http://eprints.undip.ac.id/10_Khasam) diakses 6 Maret 2017).
- Nursalam. 2003. *Konsep & penerapan metodologi penelitian ilmu keperawatan : pedoman skripsi, tesis dan instrumen penelitian keperawatan, edisi ke -1*. Jakarta: Salemba Medika.
- Oka A Yoeti. 2008. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Pintrich,P. & Schunk,D. 1996. *Motivation in Education: Theory, Research & Applications*, Ch.3.
- Radina Dinda. 2015. “*Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Domestik Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Destinasi Wisata*” , dalam Skripsi Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, 2015.
- Risda Seftiani. 2014. “*Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Terhadap Brand Preference Dan Implikasinya Terhadap Minat Loyalitas.*” ([http://eprints.undip.ac.id/07\\_Seftiani](http://eprints.undip.ac.id/07_Seftiani) diakses 6 Maret 2017).
- Slameto. 2010. *Belajar Dan Faktor – Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Produk Pendekatan Praktik.* Jakarta : PT Abdi Mahata.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Administrasi.* Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif , Dan R&D.* Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods).* Bandung : Alfabeta.
- Syaiful Bahri Djamarah. 2008. *Psikologi Belajar.* Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. Jakarta. 2009.
- www.pengertianmenurutparaahli. “*pengertian destiniasi*” , diakses pada 2 maret 2017.
- [http://candi.perpusnas.go.id/temples/deskripsi-yogyakartacandi\\_sambisari](http://candi.perpusnas.go.id/temples/deskripsi-yogyakartacandi_sambisari), diakses 15 Maret 2017
- Tabel-t , dan Tabel R. Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>), 2010

# **LAMPIRAN**

**LAMPIRAN 1**

**SURAT PENGANTAR PENELITIAN**

**SURAT KETERANGAN SUDAH MELAKUKAN**

**PENELITIAN**

**LAMPIRAN 2**

**KUESIONER PENELITIAN**

**HASIL OLAH DATA KUESIONER**

**HASIL OLAH DATA SPSS 16.00**

KUESIONER PENELITIAN :

No Responden

Wisatawan yang terhormat,

Saya Maria Magdalena Intan Novitasari yang bertempat tinggal di Jl.Laksda Adisucipto RT 07/03, Catur Tunggal, Depok Sleman, Yogyakarta, sebagai salah satu mahasiswa Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang akan melakukan penelitian di Candi Sambisari, untuk melengkapi tugas skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Brand Marketing Terhadap Minat Kunjungan Ke Destinasi Candi Sambisari”** memerlukan bantuan bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi kuesioner ini.

Saya mohon maaf apabila dalam pengisian kuesioner ini mengganggu kenyamanan Bapak/ibu/saudara/i. Atas kesediaan dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Data Responden

1. Nama Responden : .....
2. Umur : .....
3. Jenis Kelamin : .....
4. Pekerjaan : .....

Petunjuk pengisian kuesioner

Berikan tanda ( ✓ ) pada kolom  sesuai dengan jawaban menurut pendapat anda.

**A. Pernyataan skor kuesioner (Variabel Bebas)**

Skor 4 = Sangat Setuju (SS)

Skor 3 = Setuju (S)

Skor 2 = Kurang Setuju (KS)

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

No	PERTANYAAN	SKALA PENILAIAN			
		SS	S	KS	STS
1	Saya baru menyadari adanya Candi Sambisari di Yogyakarta				
2	Saya mengetahui lokasi Candi Sambisari dari orang lain, internet atau media sosial lainnya				
3	Saya baru mengetahui keunikan letak Candi Sambisari dari internet				
	<b>Brand Recognition (pengenalan merek)</b>				
4	Saya mengetahui adanya Candi Sambisari di Yogyakarta				
5	Saya ingin sekali berkunjung ke Candi Sambisari				
6	Candi Sambisari merupakan salah satu situs peninggalan budaya yang terdapat di Yogyakarta				
	<b>Brand recall (pengingatan kembali terhadap merek)</b>				
7	Saya sudah lebih dari sekali berkunjung ke Candi Sambisari				
8	Saya mengetahui jelas lokasi adanya Candi Sambisari				
9	Saya mengetahui sejarah Candi Sambisari				
	<b>Top of Mind ( puncak pikiran)</b>				
10	Saya selalu tertarik untuk berkunjung ke Candi Sambisari				
11	Saya dapat mencari informasi tentang Candi Sambisari di museum mini yang terdapat di Candi Sambisari				
12	Saya mengagumi bangunan fisik Candi Sambisari				

**B. Pernyataan skor kuesioner (Variabel Terikat)**

Skor 4 = Sangat Setuju (SS)

Skor 3 = Setuju (S)

Skor 2 = Kurang Setuju (KS)

Skor 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

NO	PERTANYAAN	SKALA PENILAIAN			
		SS	S	KS	STS
<b>MINAT KUNJUNGAN WISATA (Y)</b>					
1	Candi Sambisari merupakan candi yang memiliki keunikan tersendiri sehingga dapat menjadi salah satu objek wisata yang akan terkenal di Yogyakarta				
2	Lingkungan di sekitar Candi Sambisari bersih, tenang dan nyaman				
3	Saya akan mengajak keluarga atau teman untuk datang ke Candi Sambisari				

DEMOGRAFI		TABULASI DATA CANDI SAMBISARI										VARIABLE (X)					VARIABLE (Y)				
UMUR	JK	PEKERJAAN	Poin 1	Poin 2	Poin 3	Poin 4	Poin 5	Poin 6	Poin 7	Poin 8	Poin 9	Poin 10	Poin 11	Poin 12	JML	Poin 13	Poin 14	Poin 15	JML		
2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	37	3	4	3	10		
2	1	2	1	1	3	1	3	1	2	1	3	3	3	3	25	3	3	3	9		
2	1	1	3	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2	4	32	2	2	3	7		
2	1	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	30	3	3	3	9		
2	2	1	3	1	3	1	3	3	3	1	1	1	1	1	24	3	2	3	8		
2	2	1	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	36	3	3	3	9		
2	2	3	3	2	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	39	4	2	2	10		
1	2	1	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	29	2	3	2	7		
1	1	1	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	33	3	4	1	8		
1	1	1	3	2	2	2	2	3	2	2	1	1	1	2	28	3	3	2	8		
3	2	1	2	1	2	1	2	3	2	1	1	3	2	2	22	3	3	2	8		
2	2	1	3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	3	3	38	3	2	3	8		
1	2	1	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	35	3	4	3	10		
1	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	32	3	3	3	9		
2	1	1	4	2	4	2	4	2	4	4	1	4	4	4	39	4	4	4	10		
2	1	1	1	3	3	3	3	1	3	1	3	2	2	2	28	3	3	3	9		
2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	33	3	3	3	9		
2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23	2	2	2	6		
2	2	2	1	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	26	3	3	3	9		
2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3	2	3	8		
2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3	3	3	9		
2	2	3	2	1	3	3	3	2	1	2	3	1	1	1	23	3	4	3	10		
2	2	2	1	2	1	3	1	3	2	2	2	3	3	3	28	3	3	3	9		
2	1	2	2	2	1	3	1	3	2	2	1	2	2	2	25	2	2	2	7		
1	1	1	2	2	3	2	3	2	3	2	1	2	2	2	30	3	4	3	10		
2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	20	2	2	2	7		
1	2	1	2	1	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	30	3	4	3	10		
2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	20	2	2	2	6		
2	2	1	2	2	2	1	1	3	1	2	1	2	2	2	22	1	1	3	5		
2	2	2	2	2	1	3	1	3	2	1	2	3	3	3	27	3	2	3	8		
2	1	2	2	1	3	1	3	2	1	1	1	3	3	3	26	3	3	3	9		
2	2	2	1	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	29	3	3	3	9		
2	1	2	2	4	2	3	2	3	2	4	2	4	2	3	34	2	2	3	8		
1	2	1	3	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	36	3	4	2	9		
2	2	3	3	1	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	30	3	1	3	7		
3	1	1	2	1	2	1	3	1	3	4	2	4	3	3	32	4	2	3	9		
1	2	1	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	35	3	3	2	8		
1	1	1	4	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	35	2	4	3	9		
1	2	1	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	36	3	3	3	9		
2	1	2	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	37	3	4	3	10		
2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	35	3	3	3	9		
1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	28	2	3	3	4		
1	2	1	2	1	3	2	2	2	3	2	1	2	2	2	24	2	3	2	7		
2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	29	2	4	2	8		
2	2	1	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	34	3	3	3	10		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
3	2	1	3	2	3	1	3	2	3	2	1	3	3	3	32	2	3	1	6		
2	2	1	1	3	2	3	1	3	2	1	3	3	3	3	30	3	2	3	8		
1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	16	1	1	1	3		
2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24	2	3	2	7		
2	2	2	1	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	29	2	4	2	8		
2	2	2	1	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	26	2	4	2	8		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	36	3	4	3	10		
3	1	1	2	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	32	4	3	3	10		
2	1	2	1	3	2	3	1	3	2	1	3	3	3	3	34	3	4	3	9		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
3	1	1	2	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	32	4	3	3	10		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
2	1	2	1	3	2	3	1	3	2	1	3	3	3	3	32	4	3	3	10		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
3	1	1	2	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	32	4	3	3	10		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
2	1	2	1	3	2	3	1	3	2	1	3	3	3	3	32	4	3	3	10		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
3	1	1	2	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	32	4	3	3	10		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
2	1	2	1	3	2	3	1	3	2	1	3	3	3	3	32	4	3	3	10		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
3	1	1	2	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	32	4	3	3	10		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
2	1	2	1	3	2	3	1	3	2	1	3	3	3	3	32	4	3	3	10		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
3	1	1	2	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	32	4	3	3	10		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
2	1	2	1	3	2	3	1	3	2	1	3	3	3	3	32	4	3	3	10		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
3	1	1	2	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	32	4	3	3	10		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
2	1	2	1	3	2	3	1	3	2	1	3	3	3	3	32	4	3	3	10		
1	2	1	1	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	30	3	4	3	7		
3	1	1	2	2	3	1	3	1	3	2	3	3	3	3	32	4	3	3	10		
1	2	1	1	2	3	1	3	1													

## Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	<b>50</b>	<b>100.0</b>

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

### Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

#### Item-Total Statistics

Poin 1 -12 Variabel (X)	Scale Mean if Variabel (Y)	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
poin 1	35.72	38.206	<b>.498</b>	.850
poin 2	35.98	37.530	<b>.529</b>	.848
poin 3	35.58	38.820	<b>.527</b>	.848
poin 4	35.98	37.530	<b>.529</b>	.848
poin 5	35.54	40.417	<b>.362</b>	.856
poin 6	35.46	38.458	<b>.604</b>	.845
poin 7	35.66	37.984	<b>.522</b>	.848
poin 8	35.86	37.470	<b>.568</b>	.846
poin 9	36.12	40.353	<b>.326</b>	.858
poin 10	35.46	38.458	<b>.604</b>	.845
poin 11	35.58	37.636	<b>.566</b>	.846
poin 12	35.58	37.636	<b>.566</b>	.846

poin 13	35.46	38.458	.604	.845
poin 14	35.28	39.757	.315	.860
poin 15	35.54	40.417	.362	.856

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	15

### Data Usia Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20	15	30.0	30.0
	21-25	32	64.0	94.0
	26-30	3	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0

### Data Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	17	34.0	34.0
	Perempuan	33	66.0	66.0
	Total	50	100.0	100.0

### Data Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar / Mahasiswa	34	68.0	68.0
	Karyawan	9	18.0	86.0
	Lain - lain	7	14.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0

**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.410	.890		3.833	.000
Brand Marketing	.164	.029	.629	5.613	.000

a. Dependent Variable: Minat Kunjungan

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.629 <sup>a</sup>	.396	.384	1.149

a. Predictors: (Constant), Brand Marketing

b. Dependent Variable: Minat Kunjungan

## **LAMPIRAN 3**

**TABEL T  
TABEL R**

# Tabel – t

(df = 41 – 80) Pr	<b>0.25</b>	<b>0.10</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>0.01</b>	<b>0.005</b>	<b>0.001</b>
df	<b>0.50</b>	<b>0.20</b>	<b>0.10</b>	<b>0.050</b>	<b>0.02</b>	<b>0.010</b>	<b>0.002</b>
<b>41</b>	0.680	1.302	1.682	2.019	2.420	2.701	3.301
<b>42</b>	0.680	1.302	1.681	2.018	2.418	2.698	3.295
<b>43</b>	0.680	1.301	1.681	2.016	2.416	2.695	3.290
<b>44</b>	0.680	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692	3.286
<b>45</b>	0.679	1.300	1.679	2.014	2.412	2.689	3.281
<b>46</b>	0.679	1.300	1.678	2.012	2.410	2.687	3.277
<b>47</b>	0.679	1.299	1.677	2.011	2.408	2.684	3.272
<b>48</b>	0.679	1.299	1.677	2.010	2.406	2.682	3.268
<b>49</b>	0.679	1.299	1.676	2.009	2.404	2.679	3.265
<b>50</b>	0.679	1.298	1.675	2.008	2.403	2.677	3.261
<b>51</b>	0.679	1.298	1.675	2.007	2.401	2.675	3.257
<b>52</b>	0.679	1.298	1.674	2.006	2.400	2.673	3.254
<b>53</b>	0.679	1.297	1.674	2.005	2.398	2.671	3.251
<b>54</b>	0.679	1.297	1.673	2.004	2.397	2.669	3.248
<b>55</b>	0.678	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668	3.245
<b>56</b>	0.678	1.296	1.672	2.003	2.394	2.666	3.242
<b>57</b>	0.678	1.296	1.672	2.002	2.393	2.664	3.239
<b>58</b>	0.678	1.296	1.671	2.001	2.392	2.663	3.236
<b>59</b>	0.678	1.296	1.671	2.001	2.391	2.661	3.234
<b>60</b>	0.678	1.295	1.670	2.000	2.390	2.660	3.231
<b>61</b>	0.678	1.295	1.670	1.999	2.389	2.658	3.229
<b>62</b>	0.678	1.295	1.669	1.998	2.388	2.657	3.226
<b>63</b>	0.678	1.295	1.669	1.998	2.387	2.656	3.224
<b>64</b>	0.678	1.294	1.669	1.997	2.386	2.654	3.222
<b>65</b>	0.678	1.294	1.668	1.997	2.385	2.653	3.220
<b>66</b>	0.678	1.294	1.668	1.996	2.384	2.652	3.218
<b>67</b>	0.678	1.294	1.667	1.996	2.383	2.651	3.216
<b>68</b>	0.678	1.294	1.667	1.995	2.382	2.650	3.214
<b>69</b>	0.678	1.293	1.667	1.994	2.381	2.648	3.212
<b>70</b>	0.678	1.293	1.666	1.994	2.380	2.647	3.210
<b>71</b>	0.677	1.293	1.666	1.993	2.380	2.646	3.209
<b>72</b>	0.677	1.293	1.666	1.993	2.379	2.645	3.207
<b>73</b>	0.677	1.293	1.666	1.993	2.378	2.644	3.205
<b>74</b>	0.677	1.293	1.665	1.992	2.377	2.643	3.204
<b>75</b>	0.677	1.292	1.665	1.992	2.377	2.642	3.202
<b>76</b>	0.677	1.292	1.665	1.991	2.376	2.642	3.200
<b>77</b>	0.677	1.292	1.664	1.991	2.375	2.641	3.199
<b>78</b>	0.677	1.292	1.664	1.990	2.375	2.640	3.198
<b>79</b>	0.677	1.292	1.664	1.990	2.374	2.639	3.196
<b>80</b>	0.677		1.292		1.664		1.990

Sumber : Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>), 2010

# Tabel R

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	0.987	0.996	0.999	0.999	1.000
2	0.900	0.950	0.980	0.990	0.999
3	0.805	0.878	0.934	0.958	0.991
4	0.729	0.811	0.882	0.917	0.974
5	0.669	0.754	0.832	0.874	0.950
6	0.621	0.706	0.788	0.834	0.924
7	0.582	0.666	0.749	0.797	0.898
8	0.549	0.631	0.715	0.764	0.872
9	0.521	0.602	0.685	0.734	0.847
10	0.497	0.576	0.658	0.707	0.823
11	0.476	0.552	0.633	0.683	0.801
12	0.457	0.532	0.612	0.661	0.780
13	0.440	0.514	0.592	0.641	0.760
14	0.425	0.497	0.574	0.622	0.741
15	0.412	0.482	0.557	0.605	0.724
16	0.400	0.468	0.542	0.589	0.708
17	0.388	0.455	0.528	0.575	0.693
18	0.378	0.443	0.515	0.561	0.678
19	0.368	0.432	0.503	0.548	0.665
20	0.359	0.422	0.492	0.536	0.652
21	0.351	0.413	0.481	0.525	0.640
22	0.343	0.404	0.471	0.515	0.628
23	0.336	0.396	0.462	0.505	0.617
24	0.329	0.388	0.453	0.495	0.607
25	0.323	0.380	0.445	0.486	0.597
26	0.317	0.373	0.437	0.478	0.588
27	0.311	0.367	0.429	0.470	0.579
28	0.306	0.361	0.422	0.462	0.570
29	0.300	0.355	0.415	0.455	0.562
30	0.296	0.349	0.409	0.448	0.554
31	0.291	0.344	0.403	0.442	0.546
32	0.286	0.338	0.397	0.435	0.539
33	0.282	0.333	0.391	0.429	0.532
34	0.278	0.329	0.386	0.423	0.525
35	0.274	0.324	0.381	0.418	0.518
36	0.270	0.320	0.376	0.412	0.512
37	0.267	0.316	0.371	0.407	0.506
38	0.263	0.312	0.366	0.402	0.500
39	0.260	0.308	0.362	0.397	0.495

<b>40</b>	0.257	0.304	0.357	0.393	0.489
<b>41</b>	0.254	0.300	0.353	0.388	0.484
<b>42</b>	0.251	0.297	0.349	0.384	0.479
<b>43</b>	0.248	0.294	0.345	0.380	0.474
<b>44</b>	0.245	0.290	0.342	0.376	0.469
<b>45</b>	0.242	0.287	0.338	0.372	0.464
<b>46</b>	0.240	0.284	0.334	0.368	0.460
<b>47</b>	0.237	0.281	0.331	0.364	0.455
<b>48</b>	0.235	0.278	0.328	0.361	0.451
<b>49</b>	0.232	0.275	0.324	0.357	0.447
<b>50</b>	0.230	0.273	0.321	0.354	0.443

Sumber : Junaidi (<http://junaidichaniago.wordpress.com>), 2010

**LAMPIRAN 4**  
**LEMBAR BIMBINGAN**

**LAMPIRAN 5  
DOKUMENTASI**

# Responden



# Candi Sambisari



# Museum Mini





