

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, pengujian hipotesis serta rumusan masalah dan tujuan penelitian serta hasil analisis yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Adanya pengaruh secara signifikan brand image yang terdiri dari citra perusahaan, citra pemakaian dan citra produk terhadap keputusan konsumen. Dengan hal ini menunjukkan keputusan konsumen dapat ditingkatkan melalui variabel brand image.
2. Adapun tingkat pengaruh antar variabel dengan metode analisa uji f yaitu menunjukkan nilai f hitung sebesar 25,635 dan dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa variabel brand image yang terdiri dari citra perusahaan, citra pemakaian dan citra produk memiliki tingkat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen di Melia Purosani Hotel Yogyakarta.
3. Hasil uji hipotesis dapat didapat dengan menggunakan hasil analisa regresi dengan hipotesis Ho 1 yakni diduga ada pengaruh secara simultan antara variabel brand image yang terdiri dari citra perusahaan, citra pemakaian dan citra produk terhadap tingkat keputusan konsumen di Melia Purosani Hotel Yogyakarta dapat dinyatakan di terima, sedang hipotesis Ho 2 yakni Diduga ada komponen variabel yang paling dominan diantara citra

4. perusahaan, citra pemakaian, dan citra produk terhadap keputusan konsumen di Melia Purosani Hotel Yogyakarta. dapat dinyatakan diterima dengan adanya pengaruh komponen variabel yang dominan yakni variabel citra perusahaan.

Secara umum dapat disimpulkan bahwa keputusan konsumen di pengaruhi secara positif dan signifikan oleh brand image. Hal ini memberikan pesan bahwa brand image yang ada di Melia Purosani Hotel Yogyakarta mempengaruhi keinginan keputusan konsumen yang datang untuk membeli, dari variabel tersebut tidak semerta-merta menjadi faktor utama dalam perusahaan, dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, manajemen harus bisa mengamati faktor lain seperti pemasaran, startegi bisnis, analisa frekuensi, strategi saham dan faktor lainnya yang tidak di teliti di dalam penelitian ini.

B. Saran / Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, serta pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat peneliti dapat memberikan saran untuk manajemen di Melia Purosani Hotel Yogyakarta pada beberapa hal sebagai berikut :

1. Apabila dilihat dari nilai koefisien variabel brand image yang terdiri dari 3 varriabel x citra perusahaan, citra pemakaian dan citra produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap peningkatan keputusan konsumen. Hal ini perlu diperhatikan, agar lebih meningkatkan dan lebih giat lagi melakukan berbagai inovasi dan pengkajian lebih jauh terhadap variabel brand image tersebut agar terdapat hubungan yang signifikan yang

sempurna untuk meningkatkan pengunjung yang datang. Selain itu diharapkan menambah terus berinovasi dalam pelayanan serta harga dan juga melakukan perbaikan beberapa fasilitas-fasilitas yang efektif agar dapat dinikmati oleh para pengunjung yang datang.

2. Melakukan pendataan yang lebih intensif terhadap berbagai faktor-faktor lainnya yang berpengaruh terhadap peningkatan keputusan konsumen khususnya bagi pengunjung yang sudah berlangganan membeli produk yang ada di Melia Purosani Hotel Yogyakarta, seperti misalnya melakukan improvisasi produk serta mengikuti perkembangan industri diikuti dengan promosi dan publikasi.
3. Lebih memperhatikan produk yang dijual. Karna produk sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Jangan sampai membuat tamu hotel kecewa terhadap fasilitas atau produk yang ditawarkan. Karena dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk berhenti memakai produk yang dijual.
4. Mempertingkat kualitas pelayanan agar tamu hotel merasa puas terhadap kualitas pelayanan hotel.

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon, dan Riduwan. 2010. *Aplikasi Statistika dan Metode Penelitian untuk Administrasi dan Manajemen*. Bandung: Dewa Ruci
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Branding & Brand Longevity*. Yogyakarta: ANDI
- _____. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Publisher
- _____. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4. Yogyakarta: ANDI
- _____. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI
- Kotler, Phillip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- _____. 2016. *Marketing Management*, 15th edition, pearson education, Inc
- _____. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Santoso. 2016. *Statistika Hospitalitas*. Yogyakarta: Deepublish
- Singgih, Santoso. 2010. *Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik*. Jakarta: Elex. Media Komputindo
- Singarimbun. Masri dan Sofian Effendi. 2011. *Metode Penelitian Survei* (Editor). Jakarta: LP3E
- Sudjana. 2009. *Metoda Statistika*. Edisi Keenam. Bandung: Tarsito

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Suharsimi, Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta

Sulastiyono, A. 2011. *Seri Manajemen Usaha Jasa Sarana Pariwisata dan Akomodasi Manajemen Penyelenggara Hotel*. Bandung: CV Alfabeta

Kristina, Sisilia. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Brand Image Studi Pada Hotel Nusantara Bandar Lampung”
file:///C:/Users/User/Downloads/14.04.615_jurnal_eproc.pdf

Resni, Ulina Lingga. 2016. “Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Hotel Amaris di Samarina”
[http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/06/JURNAL%20TERBARU%20RESNI%20PDF%20\(06-10-16-07-26-40\).pdf](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2016/06/JURNAL%20TERBARU%20RESNI%20PDF%20(06-10-16-07-26-40).pdf)



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Laksda Adisucipto Km 6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485715 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id ampta@yahoo.com

Nomor : 1110 /Q.AMPTA/IV/2018
Hal : Permohonan Penelitian

Yogyakarta, 12 April 2018

Kepada Yth
Bapak Danang
HRD Hotel Melia Purosani
Jalan Mayor Suryotomo No. 31
Ngupasan, Gondomanan
Yogyakarta

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Hotel Melia Purosani, Yogyakarta selama 4 minggu terhitung mulai tanggal 12 April 2018 sampai dengan tanggal 12 Mei 2018, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan D IV Pengelolaan Perhotelan :

Nama Mahasiswa : Intan Ayu Persada Putri
No Mahasiswa : 314160731
Semester : VIII (Delapan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul : **"PEGARUH BRAND MELIA HOTEL INTERNATIONAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGINAP DI MELIA PUROSANI HOTEL YOGYAKARTA"**. Proposal Penelitian akan diikutsertakan oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami
Ketua

Drs. Prihatno, M.M.

Tembusan:
-File



SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini
Nama : Danang Tri Santoso
Jabatan : Training Coordinator

Menerangkan bahwa
Nama : Intan Ayu Persada Putri
Asal Sekolah : STP AMPTA Yogyakarta

Bahwa pada tanggal 16 April 2018 telah melakukan penelitian di Front Office
Department Melià Purosani Hotel.

Demikian surat keterangan ini kami buat, atas perhatian dan kerjasamanya kami
ucapkan banyak terima kasih.

Hormat Kami,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Danang Tri Santoso', written over a faint background logo of Melià Purosani.

Danang Tri Santoso
Training Coordinator

MELIA PUROSANI HOTEL YOGYAKARTA
AWARD OF APPRECIATION

PRESENTED TO

INTAN AYU PERSADA

AS A TOKEN OF HER COMPLETION OF ON THE JOB TRAINING
IN FRONT OFFICE DEPARTMENT OF MELIA PUROSANI HOTEL
FROM JUNE 15TH 2017 TO DECEMBER 15TH 2017

YOGYAKARTA, DECEMBER 19TH 2017


JERONIMO MOLINA
GENERAL MANAGER

MELIÄ
PUROSANI
YOGYAKARTA

*Your Days
with the World*

Kepada:

Yth. Bpk/Ibu/Sdr/i

Melia Purosani Hotel Yogyakarta

Kuesioner Penelitian

**PENGARUH BRAND MELIA HOTEL INTERNATIONAL TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGINAP DI MELIA PUROSANI
HOTEL YOGYAKARTA**

Bapak /Ibu /Saudara/i Responden yang Terhormat,

Dengan Hormat, Kuesioner ini dibuat dalam rangka menunjang kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti Mahasiswi Pengelolaan Perhotelan (DIV) Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta tentang “Pengaruh Brand Melia Hotel International Terhadap Keputusan Konsumen untuk Menginap di Melia Purosani Hotel Yogyakarta.” Maka saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan pendapat mengenai Pengaruh Brand Image terhadap Tingkat Hunian di Melia Purosani Hotel Yogyakarta dengan mengisi angket atau kuesioner yang telah disediakan. Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Intan Ayu Persada

Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda centang (√) pada kolom tanggapan yang sesuai dengan jawaban anda:

1. **SS** menunjukkan **Sangat Setuju**
2. **S** menunjukkan **Setuju**
4. **TS** menunjukkan **Tidak Setuju**
5. **STS** menunjukkan **Sangat Tidak Setuju**

Kuesioner Variable X/Penggunaan brand Melia Hotel International

Corporate Image / Citra Perusahaan (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
A	<i>Corporate Image (Citra Perusahaan)</i>				
1	Melia Purosani Hotel Yogyakarta memiliki popularitas sangat bagus				
2	Brand Melia Hotel International memiliki banyak cabang Hotel di Indonesia				
3	Saya sering mendengar bahwa Melia Hotel International merupakan salah satu brand Hotel yang terkenal				

User Image / Citra Pemakai (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
B	<i>User Image (Citra Pemakai)</i>				
1	Harga yang ditawarkan oleh Melia Purosani Hotel Yogyakarta sesuai dengan kelas sosial saya				
2	Melia Purosani Hotel Yogyakarta adalah hotel yang sesuai dengan gaya hidup tinggi				
3	Sebagian besar tamu menginap di Melia Purosani Hotel Yogyakarta memiliki kesan positif				

Product Image / Citra Produk (X3)

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
C	Product Image (Citra Produk)				
1	Saya memilih menginap di Melia Purosani Hotel Yogyakarta karena kualitas produk yang bagus				
2	Melia Purosani Hotel Yogyakarta memiliki beragam fasilitas sehingga menarik untuk dikunjungi				
3	Apakah menurut anda produk yang ditawarkan Melia Purosani Hotel Yogyakarta memuaskan				

Kuesioner Variabel Y/Keputusan Konsumen Menginap di Melia Purosani

NO	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Keputusan untuk menginap di Melia Purosani Hotel Yogyakarta dilakukan setelah adanya popularitas perusahaan yang terkenal bagus				
2	Keputusan menginap di Melia Purosani Hotel Yogyakarta karena sesuai dengan gaya hidup				
3	Keputusan menginap di Melia Purosani Hotel Yogyakarta karena ada jaminan kualitas untuk semua produk				

Lampiran

Uji Normalitas

NPar Tests

a. Based on availability of workspace memory.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Citra Perusahaan	Citra Pemakaian	Citra Produk
N		30	30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	9.40	9.67	9.33
	Std. Deviation	1.070	1.493	1.516
Most Extreme Differences	Absolute	.213	.172	.320
	Positive	.171	.172	.320
	Negative	-.213	-.147	-.156
Test Statistic		.213	.172	.320
Asymp. Sig. (2-tailed)		.001 ^c	.023 ^c	.000 ^c

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Keputusan Konsumen
N		30

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	9.23
	Std. Deviation	1.165
Most Extreme Differences	Absolute	.245
	Positive	.155
	Negative	-.245
Test Statistic		.245
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran

Uji Reliabilitas

Reliability Citra Perusahaan X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.736	4

Reliability Citra Pemakaain X2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	4

Reliability Citra Produk X3

Case Processing Summary

		N	%
--	--	---	---

Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	4

Reliability Keputusan Konsumen Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.722	4

No.	Citra Perusahaan X1			Jumlah
	1	2	3	
1	4	3	3	10
2	4	3	3	10
3	3	3	2	8
4	3	2	3	8
5	3	3	3	9
6	4	3	3	10
7	3	2	3	8
8	4	3	3	10
9	4	4	3	11
10	4	4	3	11
11	3	3	4	10
12	2	2	4	8
13	3	3	3	9
14	3	3	3	9
15	4	3	2	9
16	4	3	3	10
17	4	3	4	11
18	3	4	3	10
19	4	4	3	11
20	3	3	3	9
21	3	3	2	8
22	3	2	3	8
23	3	3	3	9
24	4	4	3	11
25	4	3	3	10
26	4	3	3	10
27	3	3	2	8
28	3	3	3	9
29	3	2	3	8
30	4	3	3	10

No.	Citra Pemakaian X2			Jumlah
	1	2	3	
1	3	3	4	10
2	4	4	4	12
3	3	4	3	10
4	4	4	3	11
5	3	3	3	9
6	3	2	3	8
7	4	3	4	11
8	3	3	3	9
9	4	4	3	11
10	4	4	4	12
11	4	4	4	12
12	3	3	3	9
13	2	4	2	8
14	3	3	3	9
15	3	3	3	9
16	2	3	2	7
17	2	3	3	8
18	4	4	3	11
19	4	4	3	11
20	4	4	3	11
21	3	3	3	9
22	3	3	3	9
23	2	3	2	7
24	4	4	4	12
25	4	3	3	10
26	4	3	3	10
27	3	3	2	8
28	3	3	3	9
29	3	2	3	8
30	4	3	3	10

No.	Citra Produk X3			Jumlah
	1	2	3	
1	4	4	4	12
2	3	3	3	9
3	4	4	4	12
4	2	3	3	8
5	3	3	3	9
6	3	3	3	9
7	2	4	2	8
8	4	3	4	11
9	2	3	3	8
10	3	3	3	9
11	3	3	3	9
12	2	4	3	9
13	3	3	3	9
14	4	4	4	12
15	3	3	3	9
16	3	3	3	9
17	4	4	4	12
18	3	4	3	10
19	3	3	3	9
20	3	3	3	9
21	2	4	2	8
22	4	4	4	12
23	3	3	3	9
24	2	4	2	8
25	2	3	3	8
26	4	4	3	11
27	2	2	2	6
28	3	3	3	9
29	2	3	3	8
30	3	3	3	9

Jumlah X
32
31
30
27
27
27
27
30
30
32
31
26
26
30
27
26
31
31
31
29
25
29
25
31
28
31
22
27
24
29

No.	Keputusan Konsumen Y			Jumlah
	1	2	3	
1	3	3	4	10
2	3	3	4	10
3	3	2	3	8
4	2	3	2	7
5	3	3	3	9
6	3	3	4	10
7	2	3	3	8
8	3	3	4	10
9	4	3	3	10
10	4	3	4	11
11	3	4	3	10
12	2	4	3	9
13	3	3	4	10
14	3	3	3	9
15	3	2	4	9
16	3	3	4	10
17	3	4	4	11
18	4	3	3	10
19	4	3	2	9
20	3	3	3	9
21	3	2	3	8
22	2	3	2	7
23	3	3	2	8
24	4	3	4	11
25	3	3	4	10
26	3	3	4	10
27	3	2	3	8
28	3	3	3	9
29	2	3	2	7
30	3	3	4	10

Lampiran

Uji Regresi Linear

Regression

Notes

Output Created		25-MAY-2018 17:06:40
Comments		
Input	Data	D:\Learn\Intan Persada\Lampiran\SPSS.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	30
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax		REGRESSION
		/MISSING LISTWISE
		/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
		/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
		/NOORIGIN
		/DEPENDENT Y
		/METHOD=ENTER x1 x2 x3.
Resources	Processor Time	00:00:00.08
	Elapsed Time	00:00:03.66
	Memory Required	3936 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

[DataSet1] D:\Learn\Intan Persada\Lampiran\SPSS.sav

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
-------	-------------------	-------------------	--------

1	Citra Produk, Citra Pemakaian, Citra Perusahaan ^b	.	Enter
---	--	---	-------

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	.747	.718	.619

a. Predictors: (Constant), Citra Produk, Citra Pemakaian, Citra Perusahaan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.420	3	9.807	25.635	.000 ^b
	Residual	9.946	26	.383		
	Total	39.367	29			

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Citra Produk, Citra Pemakaian, Citra Perusahaan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.321	1.276		.252	.803
	Citra Perusahaan	.947	.116	.870	8.163	.000
	Citra Pemakaian	-.026	.083	-.033	-.311	.758
	Citra Produk	.028	.077	.036	.357	.724

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

Lampiran
Uji Validitas

Correlations

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	Citra Perusahaan
x1.1	Pearson Correlation	1	.517**	-.070	.783**
	Sig. (2-tailed)		.003	.713	.000
	N	30	30	30	30
x1.2	Pearson Correlation	.517**	1	-.120	.768**
	Sig. (2-tailed)	.003		.528	.000
	N	30	30	30	30
x1.3	Pearson Correlation	-.070	-.120	1	.365
	Sig. (2-tailed)	.713	.528		.044
	N	30	30	30	30
Citra Perusahaan	Pearson Correlation	.783**	.768**	.365	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.044	
	N	30	30	30	30

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

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	Citra Pemakaian
x2.1	Pearson Correlation	1	.437*	.623**	.888**
	Sig. (2-tailed)		.016	.000	.000
	N	30	30	30	30
x2.2	Pearson Correlation	.437*	1	.238	.697**
	Sig. (2-tailed)	.016		.205	.000
	N	30	30	30	30
x2.3	Pearson Correlation	.623**	.238	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.205		.000
	N	30	30	30	30
Citra Pemakaian	Pearson Correlation	.888**	.697**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	Citra Produk
x3.1	Pearson Correlation	1	.313	.810**	.912**
	Sig. (2-tailed)		.093	.000	.000
	N	30	30	30	30
x3.2	Pearson Correlation	.313	1	.252	.610**
	Sig. (2-tailed)	.093		.179	.000
	N	30	30	30	30
x3.3	Pearson Correlation	.810**	.252	1	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.179		.000
	N	30	30	30	30
Citra Produk	Pearson Correlation	.912**	.610**	.871**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

Correlations

		y1	y2	y3	Keputusan Konsumen
y1	Pearson Correlation	1	-.120	.318	.655**

	Sig. (2-tailed)		.528	.087	.000
	N	30	30	30	30
y2	Pearson Correlation	-.120	1	.025	.376*
	Sig. (2-tailed)	.528		.894	.040
	N	30	30	30	30
y3	Pearson Correlation	.318	.025	1	.806**
	Sig. (2-tailed)	.087	.894		.000
	N	30	30	30	30
Keputusan Konsumen	Pearson Correlation	.655**	.376*	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.040	.000	
	N	30	30	30	30

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

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