

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan mengenai Analisa Pangsa Pasar minuman bersoda Merek Coca-cola dan Fanta di Universitas Darma Persada, Jakarta. Maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

##### 1. *Awareness*

Dari hasil penelitian mengenai tingkat *Awareness* (Kesadaran) di ketahui bahwa responden lebih mengenal Merek Coca-cola yaitu rata-rata sebesar 99 % yang mengetahui tentang Merek Coca-cola lebih banyak dari tingkat *Awareness* Merek Fanta yaitu rata-rata sebesar 98 %.

##### 2. *Attractiveness*

Untuk *Attractiveness* atau daya tarik kualitas produk, sebagian besar responden memilih Merek Coca-cola yaitu rata-rata 84 % sedangkan untuk Merek Fanta rata-rata sebesar 74 %.

##### 3. *Purchase Intention*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Purchase Intention* atau halangan harga, lebih banyak responden memilih Merek Coca-cola

yaitu rata-rata 58 % sedangkan untuk Merek Fanta rata-rata sebesar 57 %.

#### 4. *Availability*

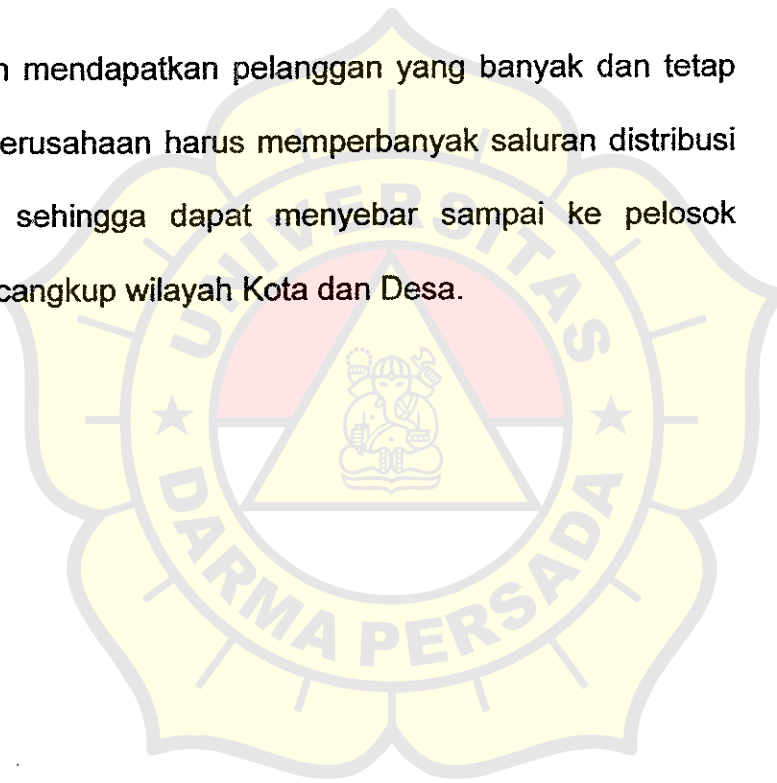
Berdasarkan kuesioner diketahui bahwa *Availability* atau tingkat ketersediaan, lebih banyak responden memilih Merek Coca-cola yaitu rata-rata 84 % sedangkan untuk Merek Fanta rata-rata sebesar 74 %.

### B. **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian diketahui hasil dari Pangsa Pasar Minuman Bersoda Merek Coca-cola dan Fanta di Universitas Darma Persada, Jakarta. Maka dapat dikemukakan beberapa saran dan informasi sehubungan dengan Strategi Pangsa Pasar yang telah di terapkan oleh PT. Coca-Cola Bottling Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Yang paling utama adalah Dalam menerapkan strategi harga dengan pesaing, tentunya harga harus lebih murah dan terjangkau, karena harga adalah salah satu faktor penentu konsumen memilih Produk dan mengingat dalam lingkungan Kampus Mahasiswa sangat sensitif dengan harga.

2. Perusahaan harus lebih meningkatkan inovasi dalam produk, seperti kemasan yang menarik, pilihan rasa yang banyak, dan harga yang bersaing. Sehingga sulit bagi pesaing untuk mengikuti. Kemudian tentunya akan menarik minat untuk membeli walaupun ada yang lebih murah.
3. Untuk menambah mendapatkan pelanggan yang banyak dan tetap bersaing maka Perusahaan harus memperbanyak saluran distribusi untuk penjualan sehingga dapat menyebar sampai ke pelosok daerah, dan mencangkup wilayah Kota dan Desa.



## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2008. **Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi**. PT.Raja Grafindo Persada.Jakarta.
- Chandra, Gregorius. 2002. **Strategi dan Program Pemasaran**. Penerbit ANDI.Yogyakarta.
- Hidayat, Cecep. 1998. **Manajemen Pemasaran**. Badan Penerbit IPWI. Jakarta.
- <http://www.coca-colabottling.co.id>
- <http://www.majalahtrust.com/bisnis/strategi/1063.php>
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Coca-Cola>
- [http://www.wikinvest.com/stock/Coca-Cola\\_Company\\_\(KO\)#Coke\\_vs.\\_Pepsi](http://www.wikinvest.com/stock/Coca-Cola_Company_(KO)#Coke_vs._Pepsi)
- Irawan, Handy.2003. **Winning Strategy**. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Kasali, Rhenald. 2001. **Membidik pasar Indonesia; segmentation, targeting, and positioning**. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 1996. **Dasar-dasar Pemasaran**. jilid 1. Prehalindo.Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Milenium. Jilid 2. Prehalindo.Jakarta.
- Kotler, Philip. 2004. **Manajemen Pemasaran**. PT. Indeks. Jakarta

Kotler, Philip dan Kevin Keller. 2007. **Manajemen Pemasaran**. Edisi ke 12.

Jilid 2. PT. Macanan Jaya Cemerlang. Indonesia

Keegen, Warren J. 1996. **Manajemen Pemasaran Global**. alih bahasa.

Alexander Sindoro. jilid 2. Prehalindo. Jakarta.

Keegen, Warren J. 2003. **Manajemen Pemasaran Global**. Jilid 1.

Prehalindo. Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat. 2001 . **Pemasaran Jasa**. Salemba Empat. Jakarta.

Majalah SWA sembada no.18/ XXIV/21 AGUSTUS – 3 SEPTEMBER 2008

Saladin, Djaslim. 2006. **Manajemen Pemasaran**. CV. Linda Karya. Bandung.

Siagian, Dergibson dan Sugiarto. 2006. **Metode Statistika untuk bisnis dan**

**ekonomi**. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Tjiptono, Fandy. 2005. **Brand Management and Strategi**. Penerbit

ANDI. Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2008. **Strategi Pemasaran**. Penerbit ANDI. Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. Gregorius Chandra, dan Dadi Adriana. 2007. **Marketing**

**Strategic**. Penerbit ANDI. Yogyakarta

Umar, Husein. 2004. **Metode riset ilmu administrasi**. PT. Gramedia

Pustaka Utama. Jakarta.

## Lampiran 1

### Kuesioner Penelitian "Analisa pangsa pasar produk minuman bersoda merek Coca-cola dan Fanta"

(Studi kasus di Universitas Darma Persada)

Dengan hormat,

Saya, Reinmer Rendly Gorianto, mahasiswa Universitas Darma Persada, Fakultas ekonomi jurusan manajemen saat ini sedang mengadakan penelitian dalam untuk tugas akhir berupa skripsi.

Dengan ini saya memohon waktu dan kesediaannya kepada Mahasiswa Darma Persada berkenan untuk mengisi kuesioner dibawah ini sebagai pelengkap data penelitian yang sedang saya lakukan.

Mohon pertanyaan dapat di jawab dengan baik. Atas kesediaan dan perhatiannya serta kerjasama yang baik saya sampaikan terima-kasih yang sebesar-besarnya.

#### I. Data Responden

Nama :

**Berilah tanda silang ( X ) pada jawaban yang sesuai**

Jenis kelamin : ( ) Laki-laki ( ) Perempuan

Fakultas : ( ) Sastra ( ) Teknik ( ) Kelautan ( ) Ekonomi

Semester : ( ) I ( ) II ( ) III ( ) IV ( ) V

( ) VI ( ) VII ( ) VIII

#### II. Pertanyaan Analisa pangsa pasar produk minuman bersoda merek Coca-cola

**Berilah tanda silang ( X ) pada jawaban yang sesuai**

##### A. Pertanyaan untuk tingkat Awareness

1. Apakah anda mengetahui Produk minuman bersoda merek Coca-cola?

( ) Ya ( ) Tidak

2. Apakah anda pernah mengkonsumsi Produk minuman bersoda merek Coca-cola? Jika ya, silakan lanjut pada pertanyaan selanjutnya!

( ) Ya ( ) Tidak

##### B. Pertanyaan untuk tingkat Attractiveness

1. Apakah kualitas Produk minuman bersoda merek Coca-cola sudah sesuai dengan harapan anda?

Ya             Tidak

C. Pertanyaan untuk tingkat *Purchase Intention*

1. Apakah menurut anda harga Produk minuman bersoda merek Coca-cola menjadi faktor penghalang untuk membeli produk ini?

Ya             Tidak

D. Pertanyaan untuk tingkat *Availability*

1. Apakah anda dengan mudah membeli Produk minuman bersoda merek Coca-cola di Universitas Darma Persada?

Ya             Tidak

II. Pertanyaan Analisa pangsa pasar produk minuman bersoda merek Fanta.

**Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai**

A. Pertanyaan untuk tingkat *Awareness*

1. Apakah anda mengetahui Produk minuman bersoda merek Fanta?

Ya             Tidak

2. Apakah anda pernah mengonsumsi Produk minuman bersoda merek Fanta? Jika ya, silakan lanjut pada pertanyaan selanjutnya!

Ya             Tidak

B. Pertanyaan untuk tingkat *Attractiveness*

1. Apakah kualitas Produk minuman bersoda merek Fanta sudah sesuai dengan harapan anda?

Ya             Tidak

C. Pertanyaan untuk tingkat *Purchase Intention*

1. Apakah menurut anda harga Produk minuman bersoda merek Fanta menjadi faktor penghalang untuk membeli produk ini?

Ya             Tidak

D. Pertanyaan untuk tingkat *Availability*

1. Apakah anda dengan mudah membeli Produk minuman bersoda merek Fanta di Universitas Darma Persada?

Ya             Tidak

**\*TERIMA KASIH\***

Lampiran 2  
Tabel Data Responden

No.	Nama Responden	Jenis kelamin	Fakultas	Angkatan (Tahun Masuk)
1	Sherly	2	1	3
2	Rahmawati S.	2	1	2
3	Khairlina	2	1	4
4	Unytha	2	1	3
5	Tyo	1	1	4
6	Adinda	2	1	3
7	Melati	2	1	4
8	Kahar. R	1	1	4
9	Michael. K	1	1	4
10	Indra	1	1	3
11	Arry Ariyanto	1	1	2
12	Geza E.H	1	1	1
13	Maru	1	1	2
14	Arnold	1	1	4
15	Echa	1	1	4
16	Randy Saputra	1	1	1
17	Irfan Standro	1	1	1
18	Deri	1	1	2
19	Erwin Yudha P	1	1	4
20	Mey	1	2	4
21	Yohana	1	2	1
22	Yunita	1	2	1
23	Endah	1	2	2
24	Suciati Kusuma	1	2	1
25	Chris Diana Siahaan	1	2	1
26	Nenti	1	2	3
27	Ramona Artha Yossi	1	2	1
28	Shinta Okt	1	2	1
29	Citra	1	2	2
30	Diana Setiati	1	2	1
31	Siti Hajar	1	2	1

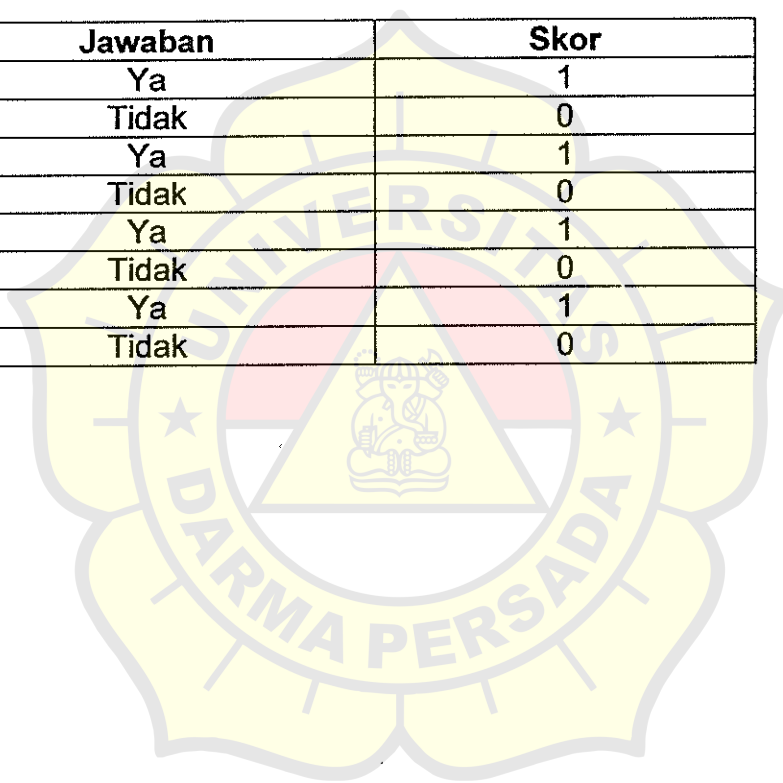
32	Septiningtyas	1	2	1
33	Wahyuni	1	2	1
34	Dewi Astuti	1	2	3
35	Riesya	1	2	4
36	Rostina	1	2	4
37	Rachmawati S.T	1	2	1
38	Kira	2	2	4
39	Dwi Ari	2	2	4
40	Pipit	2	2	4
41	Vania	2	2	4
42	Yiyin	2	2	4
43	Hetti	2	2	4
44	Yanti Utami	2	2	4
45	Nersta Aulia	2	2	2
46	Irma S. Muhazirah	2	2	3
47	Amelia	2	2	4
48	Incha	2	2	2
49	Ruli	1	2	2
50	Ali Usman	1	2	4
51	Yuniazar W.	1	2	2
52	Adnan	1	2	3
53	Irwan	1	2	4
54	Budi K	1	2	2
55	Fahmi	1	2	4
56	Hendra H. Setiawan	1	2	4
57	Roy R	1	2	4
58	Rieska P	2	2	4
59	Adhel	1	2	4
60	Rian	1	2	2
61	Farhat	1	2	1
62	Yonan Samuel	1	2	4
63	Aria Ramadhanu	1	2	1
64	Hadi S	1	2	2
65	Marten	1	3	4
66	Willy	1	3	4
67	Andy A. R.	1	3	2

68	Adisty	2	3	1
69	Radityo	1	3	3
70	Ade Sudiono	1	3	1
71	Roni	1	3	3
72	Garry	1	3	3
73	Bayu	1	3	3
74	Anjar Hajiono	1	3	2
75	Andre	1	3	1
76	Eri	1	3	3
77	Aldi Purnama	1	3	2
78	Lukman Hakim	1	4	2
79	Rendy Andika	1	4	2
80	Asri S.	2	4	4
81	Ahmad	1	4	2
82	Feri	1	4	2
83	Teguh	1	4	4
84	Fykay	1	4	1
85	Teguh Nugroho	1	4	4
86	Dani	1	4	4
87	Andre	1	4	4
88	Dian Khoiriyah	2	4	1
89	Restriasha	2	4	3
90	Dessy N. A.	2	4	3
91	Anina Firly	2	4	2
92	Farida	2	4	4
93	Amalia	2	4	4
94	Eka	2	4	4
95	Eva Shofyana	2	4	3
96	Dwi Nurhayati	2	4	2
97	Herni Rahyana	2	4	3
98	Endang Aisyah	2	4	1
99	Wayan Suliani	2	4	3
100	Anggraini	2	4	2

### Keterangan Kode/Angka

Kode		
Jenis Kelamin	Fakultas	Angkatan (Tahun Masuk)
1= Laki-laki	1=Fakultas Sastra	1=2008
2= Perempuan	2=Fakultas Teknik	2=2007
	3= Fakultas Kelautan	3=2006
	4= Fakultas Ekonomi	4=2005

Pertanyaan	Jawaban	Skor
<i>Awareness</i>	Ya	1
	Tidak	0
<i>Product Attractiveness</i>	Ya	1
	Tidak	0
<i>Purchase Intention</i>	Ya	1
	Tidak	0
<i>Avaiabilty</i>	Ya	1
	Tidak	0



**Lampiran 3**  
**Uji Validitas Data**  
**Coca-cola**

**Variabel Awareness, Attractiveness, Purchase Intention, dan Availability**

No.	Responden	Variabel			
		Awareness	Attractiveness	Purchase Intention	Availability
1	Sherly	1	1	1	1
2	Rahmawati S.	1	0	1	1
3	Khairlina	1	1	1	1
4	Unytha	1	1	0	1
5	Tyo	1	0	1	1
6	Adinda	1	0	0	0
7	Melati	1	1	1	1
8	Kahar. R	1	1	0	1
9	Michael. K	1	1	1	1
10	Indra	1	0	0	1
11	Arry Ariyanto	1	1	0	1
12	Geza E.H	1	1	1	0
13	Maru	1	1	1	1
14	Arnold	1	1	1	1
15	Echa	1	1	1	1
16	Randy Saputra	1	0	1	0
17	Irfan Standro	1	1	0	1
18	Deri	0	0	0	0
19	Erwin Yudha P	1	1	1	1
20	Mey	1	1	1	1
21	Yohana	1	1	0	1
22	Yunita	1	1	1	1
23	Endah	1	0	1	1
24	Suciati Kusuma	1	1	0	1
25	Chris Siahaan	1	1	1	1
26	Nenti	1	1	1	1
27	Ramona A. Y	1	1	1	1
28	Shinta Okt	1	1	1	1
29	Citra	1	1	1	1
30	Diana Setiati	1	1	1	0

**Lampiran 3**  
**Uji Validitas Data**  
**Coca-cola**

**Variabel Awareness, Attractiveness, Purchase Intention, dan Availability**  
**(Lanjutan)**

No.	Responden	Variabel			
		Awareness	Attractiveness	Purchase Intention	Availability
31	Siti Hajar	1	1	1	1
32	Septiningtyas	1	1	1	0
33	Wahyuni	1	0	1	1
34	Dewi Astuti	1	0	1	1
35	Riesya	1	0	1	1
36	Rostina	1	1	0	1
37	Rachmawati S.T	1	1	1	1
38	Kira	1	1	0	1
39	Dwi Ari	1	1	0	1
40	Pipit	1	0	1	1
41	Vania	1	1	0	1
42	Yiyin	1	1	1	1
43	Hetti	1	1	1	1
44	Yanti Utami	1	1	0	1
45	Nersta Aulia	1	1	1	1
46	Irma Muhazirah	1	1	0	1
47	Amelia	1	1	1	1
48	Incha	1	1	1	1
49	Ruli	1	1	1	0
50	Ali Usman	1	1	0	0
51	Y. Wardiansyah	1	1	1	1
52	Adnan	1	1	0	1
53	Irwan	1	0	0	0
54	Budi K	1	1	0	0
55	Fahmi	1	1	1	1
56	Hendra	1	1	1	1
57	Roy R	1	1	0	1
58	Rieska P	1	1	1	1
59	Adhel	1	1	0	1
60	Rian	1	0	1	1

**Lampiran 3**  
**Uji Validitas Data**  
**Coca-cola**

**Variabel Awareness, Attractiveness, Purchase Intention, dan Availability**  
**(Lanjutan)**

No.	Responden	Variabel			
		Awareness	Attractiveness	Purchase Intention	Availability
61	Farhat	1	1	0	0
62	Yonan Samuel	1	1	1	1
63	Aria Ramadanu	1	1	0	0
64	Hadi S	1	1	1	1
65	Marten	1	1	0	1
66	Willy	1	1	0	1
67	Andy A. R.	1	1	1	1
68	Adisty	1	1	0	1
69	Radityo	1	1	1	1
70	Ade Sudiono	1	1	0	1
71	Roni	1	1	0	1
72	Garry	1	1	0	1
73	Bayu	1	1	0	0
74	Anjar Hajiono	1	1	1	1
75	Andre	1	1	0	1
76	Eri	1	0	0	0
77	Aldi Purnama	1	1	0	1
78	Lukman Hakim	1	1	1	1
79	Rendy Andika	1	1	1	1
80	Asri S.	1	1	1	1
81	Ahmad	1	1	0	1
82	Feri	1	1	1	1
83	Teguh	1	1	1	1
84	Fykay	1	1	0	1
85	Teguh Nugroho	1	1	0	1
86	Dani	1	1	1	1
87	Andre	1	1	0	1
88	Dian Khoiriyah	1	1	1	1
89	Restriasha	1	1	1	0
90	Dessy N. A.	1	1	1	1
91	Anina Firly	1	1	0	1
92	Farida	1	1	1	1

**Lampiran 3**  
**Uji Validitas Data**  
**Variabel Awareness, Attractiveness, Purchase Intention, dan Availability**  
**(Lanjutan)**

No.	Responden	Variabel			
		Awareness	Attractiveness	Intention	Availability
93	Amalia	1	1	0	1
94	Eka	1	0	0	0
95	Eva Shofyana	1	1	1	1
96	Dwi Nurhayati	1	0	1	1
97	Herni Rahyana	1	1	0	1
98	Endang Aisyah	1	1	1	1
99	Wayan Suliani	1	1	0	1
100	Anggraini	1	1	1	1
	<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>84</b>	<b>58</b>	<b>84</b>
	<b>Rata-rata</b>	<b>0.99</b>	<b>0.84</b>	<b>0.58</b>	<b>0.84</b>
	<b>Persentase</b>	<b>99 %</b>	<b>84 %</b>	<b>58 %</b>	<b>84 %</b>

**Lampiran 4**  
**Uji Validitas Data**  
**Fanta**

**Variabel Awareness, Attractiveness, Purchase Intention, dan Availability**

No.	Responden	Variabel			
		Awareness	Attractiveness	Intention	Availability
1	Sherly	1	0	0	0
2	Rahmawati S.	1	0	1	1
3	Khairlina	1	1	1	1
4	Unytha	1	1	1	1
5	Tyo	1	0	1	1
6	Adinda	1	1	1	1
7	Melati	1	1	1	1
8	Kahar. R	1	1	0	1
9	Michael. K	1	1	0	1
10	Indra	1	1	1	1
11	Arry Ariyanto	1	1	0	1
12	Geza E.H	1	1	1	1
13	Maru	1	1	1	1
14	Arnold	1	0	1	1
15	Echa	1	1	1	1
16	Randy Saputra	1	0	1	0
17	Irfan Standro	1	0	0	1
18	Deri	1	1	0	1
19	Erwin Yudha P	1	1	1	1
20	Mey	1	1	1	1
21	Yohana	1	1	0	1
22	Yunita	1	1	1	1
23	Endah	1	0	0	0
24	Suciati Kusuma	1	1	0	1
25	Chris Siahaan	1	1	1	0
26	Nenti	1	1	1	1
27	Ramona A. Y	1	1	1	1
28	Shinta Okt	1	1	1	1
29	Citra	1	1	0	1
30	Diana Setiati	1	1	1	1

**Lampiran 4**  
**Uji Validitas Data**  
**Fanta**

**Variabel Awareness, Attractiveness, Purchase Intention, dan Availability**  
**(Lanjutan)**

No.	Responden	Variabel			
		Awareness	Attractiveness	Intention	Availability
31	Siti Hajar	1	1	1	1
32	Septiningtyas	1	1	1	0
33	Wahyuni	1	1	1	1
34	Dewi Astuti	1	1	1	1
35	Riesya	1	1	0	1
36	Rostina	1	1	1	1
37	Rachmawati S.T	1	1	1	1
38	Kira	1	1	0	1
39	Dwi Ari	1	0	0	0
40	Pipit	0	0	0	0
41	Vania	1	1	0	1
42	Yiyin	1	1	1	1
43	Hetti	1	1	1	1
44	Yanti Utami	1	0	0	0
45	Nersta Aulia	1	1	1	1
46	Irma Muhazirah	1	1	0	1
47	Amelia	1	0	0	0
48	Incha	1	1	1	1
49	Ruli	1	1	1	0
50	Ali Usman	1	0	0	0
51	Y. Wardiansyah	1	1	1	1
52	Adnan	1	1	0	1
53	Irwan	1	0	0	0
54	Budi K	1	1	1	0
55	Fahmi	1	0	1	0
56	Hendra	1	1	0	1
57	Roy R	1	1	1	1
58	Rieska P	1	1	1	1
59	Adhel	1	1	1	1
60	Rian	1	0	1	1

**Lampiran 4**  
**Uji Validitas Data**  
**Fanta**

**Variabel Awareness, Attractiveness, Purchase Intention, dan Availability**  
**(Lanjutan)**

No.	Responden	Variabel			
		<i>Awareness</i>	<i>Attractiveness</i>	<i>Intention</i>	<i>Availability</i>
61	Farhat	0	0	0	0
62	Yonan Samuel	1	1	1	1
63	Aria Ramadhanu	1	1	1	0
64	Hadi S	1	1	1	1
65	Marten	1	1	0	1
66	Willy	1	1	0	1
67	Andy A. R.	1	1	0	0
68	Adisty	1	1	1	1
69	Radityo	1	0	1	1
70	Ade Sudiono	1	0	0	1
71	Roni	1	1	0	1
72	Garry	1	1	0	1
73	Bayu	1	1	1	0
74	Anjar Hajiono	1	1	1	1
75	Andre	1	0	1	1
76	Eri	1	0	0	0
77	Aldi Purnama	1	1	0	1
78	Lukman Hakim	1	1	1	1
79	Rendy Andika	1	1	1	1
80	Asri S.	1	1	1	1
81	Ahmad	1	1	0	1
82	Feri	1	1	0	1
83	Teguh	1	1	1	1
84	Fykay	1	0	0	0
85	Teguh Nugroho	1	1	0	1
86	Dani	1	0	0	0
87	Andre	1	1	0	1
88	Dian Khoiriyah	1	1	1	1
89	Restriasha	1	0	0	0
90	Dessy N. A.	1	1	1	1
91	Anina Firly	1	0	0	0
92	Farida	1	0	0	0

**Lampiran 4**  
**Uji Validitas Data**  
**Fanta**

**Variabel Awareness, Attractiveness, Purchase Intention, dan Availability**  
**(Lanjutan)**

No.	Responden	Variabel			
		<i>Awareness</i>	<i>Attractiveness</i>	<i>Intention</i>	<i>Availability</i>
93	Amalia	1	0	0	1
94	Eka	1	1	0	1
95	Eva Shofyana	1	1	1	1
96	Dwi Nurhayati	1	1	1	1
97	Herni Rahyana	1	1	1	0
98	Endang Aisyah	1	1	1	1
99	Wayan Suliani	1	1	0	0
100	Anggraini	1	1	1	1
	<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>74</b>	<b>57</b>	<b>74</b>
	<b>Rata-rata</b>	<b>0.98</b>	<b>0.74</b>	<b>0.57</b>	<b>0.74</b>
	<b>Persentase</b>	<b>98 %</b>	<b>74 %</b>	<b>57 %</b>	<b>74 %</b>

Lampiran 5  
Data Responden / Mahasiswa

No.	PROGRAM STUDI	Angkatan Tahun										Jumlah
		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008		
1	Sastra Jepang	-	4	3	14	29	117	59	116	167	509	
2	Sastra Cina	1	1	3	6	5	13	15	20	32	96	
3	Sastra Inggris	1	-	4	7	20	37	24	44	51	188	
4	Bahasa Jepang		-	-	-	2	3	22	21	45	93	
5	Bahasa Cina		-	-	-	-	-	3	6	6	15	
6	Bahasa Inggris		-	2	-	2	8	7	19	19	57	
7	Teknik Elektro	1	2	9	4	10	9	7	7	18	67	
8	Teknik Industri	-	1	7	2	13	15	12	15	16	81	
9	Teknik Informatika	-	-	13	17	18	19	18	26	68	179	
10	Sistem Informasi	-	-	-	2	1	9	12	16	34	74	
11	Teknik Mesin	-	-	-	3	3	3	6	9	52	76	
12	Teknik Perkapalan	-	-	2	4	-	4	3	3	14	30	
13	Tek.Sistem Perkapalan	-	1	-	3	3	4	4	3	18	36	
14	Manajemen	1	3	8	20	34	37	43	49	59	254	
15	Akuntansi	-	1	3	6	15	29	24	25	40	141	
	<b>Jumlah</b>	<b>4</b>	<b>13</b>	<b>54</b>	<b>88</b>	<b>155</b>	<b>307</b>	<b>259</b>	<b>377</b>	<b>639</b>	<b>1896</b>	

Lampiran 6  
Tabel Rumus

LAMPIRAN 1  
LUAS DI BAWAH  
KURVA NORMAL

	.00	.01	.02	.03	.04	.05	.06	.07	.08	.09
00	.5000	.4960	.4920	.4880	.4840	.4801	.4761	.4721	.4681	.4641
01	.4602	.4562	.4522	.4483	.4443	.4404	.4364	.4325	.4286	.4247
02	.4207	.4168	.4129	.4090	.4052	.4013	.3974	.3936	.3897	.3859
03	.3821	.3783	.3745	.3707	.3669	.3632	.3594	.3557	.3520	.3483
04	.3446	.3409	.3372	.3336	.3300	.3264	.3228	.3192	.3156	.3121
05	.3085	.3050	.3015	.2981	.2946	.2912	.2877	.2843	.2810	.2776
06	.2743	.2709	.2676	.2643	.2611	.2578	.2546	.2514	.2483	.2451
07	.2420	.2389	.2358	.2327	.2296	.2266	.2236	.2206	.2177	.2148
08	.2119	.2090	.2061	.2033	.2005	.1977	.1949	.1922	.1894	.1867
09	.1841	.1814	.1788	.1762	.1736	.1711	.1685	.1660	.1635	.1611
10	.1587	.1562	.1539	.1515	.1492	.1469	.1446	.1423	.1401	.1379
11	.1357	.1335	.1314	.1293	.1271	.1251	.1230	.1210	.1190	.1170
12	.1151	.1131	.1111	.1093	.1075	.1056	.1038	.1020	.1003	.0985
13	.0968	.0951	.0934	.0918	.0901	.0885	.0869	.0853	.0838	.0823
14	.0808	.0793	.0778	.0764	.0749	.0735	.0721	.0708	.0694	.0681
15	.0668	.0655	.0643	.0630	.0618	.0606	.0594	.0582	.0571	.0559
16	.0548	.0537	.0526	.0516	.0505	.0495	.0485	.0475	.0465	.0455
17	.0446	.0436	.0427	.0418	.0409	.0401	.0392	.0384	.0375	.0367
18	.0359	.0351	.0344	.0336	.0329	.0322	.0314	.0307	.0301	.0294
19	.0287	.0281	.0274	.0268	.0262	.0256	.0250	.0244	.0239	.0233
20	.0228	.0222	.0217	.0212	.0207	.0202	.0197	.0192	.0188	.0183
21	.0179	.0174	.0170	.0166	.0162	.0158	.0154	.0150	.0146	.0143
22	.0139	.0136	.0132	.0129	.0125	.0122	.0119	.0116	.0113	.0110
23	.0107	.0104	.0102	.0099	.0096	.0094	.0091	.0089	.0087	.0084
24	.0082	.0080	.0078	.0075	.0073	.0071	.0069	.0068	.0066	.0064
25	.0062	.0060	.0059	.0057	.0055	.0054	.0052	.0051	.0049	.0048
26	.0047	.0045	.0044	.0043	.0041	.0040	.0039	.0038	.0037	.0036
27	.0035	.0034	.0033	.0032	.0031	.0030	.0029	.0028	.0027	.0026
28	.0026	.0025	.0024	.0023	.0023	.0022	.0021	.0020	.0020	.0019
29	.0019	.0018	.0018	.0017	.0016	.0016	.0015	.0015	.0014	.0014
30	.0013	.0013	.0013	.0012	.0012	.0011	.0011	.0010	.0010	.0010