



**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN CITRA  
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

**Studi Kasus Pada Restoran Cepat Saji McDonald's Indonesia di Kota  
Semarang**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan**

**Pendidikan Strata 1**

**Departemen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik**

**Universitas Diponegoro**

**Penyusun:**

**Lutfi Inayah Astuti**

**14020213120055**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2017**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lutfi Inayah Astuti  
NIM : 14020213120055  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Departemen : Administrasi Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul:

**Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan Terhadap  
Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Cepat Saji McDonald's Indonesia di  
Kota Semarang**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi yang berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Semarang, Agustus 2017

Pembuat pernyataan,

Lutfi Inayah Astuti

NIM. 14020213120055

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Cepat Saji McDonald's Indonesia di Kota Semarang

Nama Penyusun : Lutfi Inayah Astuti

Departemen : Administrasi Bisnis

**Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.**

Semarang, Agustus 2017

Dekan

Wakil Dekan I

Dr. Sunarto, M.Si.  
NIP. 19660727 199203 1 001

Dr. Hedi Pudjo Santoso, M.Si  
NIP. 19610510 198902 1 002

**Dosen Pembimbing :**

1. Dra. Rodhiyah, S.U (.....)

**Dosen Penguji :**

1. Drs. Agus Hermani DS, MM (.....)

2. Dr. Ari Pradhanawati, MS (.....)

3. Dra. Rodhiyah, S.U (.....)

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO

*Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman.”*  
(QS. Al Imran : 139)

### PERSEMBAHAN

*Puji syukur kehadirat Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk :*

*Ibuk Musyawaroh tercinta yang selalu memberikan semangat*  
*Bapak Ery walyadi yang tak henti elalu memberikan motivasi*  
*Mas Eka Pradana yang selalu suport aku dalam bentuk apapun*  
*Dan keluarga besar Amat Siaman yang selalu memberikan dukungan,*  
*motivasi dan do'a yang tiada henti*

*Koncici tercinta Maria, Ekadew, CikFlo, Mauly, Tita terima kasih atas*  
*dukungan, kekeluargaan dan kebersamaannya.*

*Diona Angela sahabat terbaikku yang telah banyak membantu dalam segala*  
*hal baik perkuliahan maupun di luar perkuliahaan*

*Teman-teman KKN Desa Kedumulyo Sukolilo Nida, Cabay, Febri, Tian,*  
*Mamet, Titis, Rifki, sally, Olive atas pelajaran hidup dan kebersamaannya*  
*Sahabat teman – teman yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang*  
*selalu menyemangati, dan mendukung baik dalam lembaga maupun dalam*  
*akademik.*

*Keluarga besar Administrasi Bisnis 2013 atas segala bentuk bantuan,*  
*dukungan serta kebersamaan dalam masa perkuliahan.*

*Seluruh dosen Administrasi Bisnis FISIP Undip, terima kasih atas ilmu yang*  
*sangat bermanfaat.*

## Abstrak

### **PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

(Studi Kasus Pada Restoran Cepat Saji McDonald's Indonesia di Kota Semarang)

Kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* sudah menjadi suatu kewajiban bagi perusahaan. Selain itu kegiatan tersebut dapat meningkatkan citra perusahaan dan loyalitas pelanggan. Dalam beberapa waktu terakhir perkembangan restoran cepat saji di Indonesia tumbuh semakin pesat, seperti yang terdapat di McDonalds Kota Semarang yang sudah mengadakan berbagai kegiatan *Corporate Sosial Responsibility*. Namun, masih terdapat pelanggan tidak mengetahui kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* dan citra perusahaan yang ada sehingga menyebabkan rendahnya loyalitas pelanggan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Corporate Sosial Responsibility* dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan. Tipe penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan teknik pengumpulan data kuesioner dengan metode *accidental sampling*. Karena jumlah populasi yang tidak diketahui maka menurut Cooper dan Emory (1997) sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang merupakan pelanggan McDonalds di Kota Semarang. Dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, tabulasi silang, koefisien korelasi, analisis regresi sederhana, koefisien determinasi, uji signifikansi (uji t), dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan dengan nilai t tabel 4,459. *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t tabel 3,161. Citra perusahaan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t tabel 5,217. Serta *Corporate Sosial Responsibility* dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 23,3%.

Kesimpulan dari penelitian ini *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra perusahaan. *Corporate Sosial Responsibility* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, serta *Corporate Sosial Responsibility* dan citra perusahaan berpengaruh positif loyalitas pelanggan. Selanjutnya agar perusahaan dapat meningkatkan kegiatan *Corporate Sosial Responsibility* dan meningkatkan pengelolaan limbah yang baik agar limbah dari McDonalds tidak mengganggu lingkungan.

Kata Kunci : *Corporate Sosial Responsibility*, citra, loyalitas

## **Abstract**

### **The Influences of Corporate Social Responsibility and Corporate Image to Customer Loyalty**

#### **(Study At McDonald's Indonesia Fast Food Restaurant in Semarang City)**

Corporate Social Responsibility activities have become an obligation for the company. In addition, these activities can improve the image of the company and customer loyalty. In recent time the fast food restaurant development in Indonesia has grown rapidly, as found in McDonalds Semarang City which has held various Corporate Social Responsibility activities. However, there are still customers who do not know the Corporate Social Responsibility activities and the image of the existing company so as to cause low customer loyalty.

The purpose of this research is to know the influence of Corporate Social Responsibility and corporate image to customer loyalty. This research type is explanatory research, with technique of collecting questionnaire data with accidental sampling method. Because the number of unknown population then according to Cooper and Emory (1997) sample in this study amounted to 100 respondents who are customers McDonalds in Semarang City. By using validity test, reliability test, cross tabulation, correlation coefficient, simple regression analysis, determination coefficient, significance test (t test), and F test.

The result showed that Corporate Social Responsibility had positive and significant effect to company image with value t table 4,459. Corporate Social Responsibility has a positive and significant impact on customer loyalty with t table value 3,161. Corporate image also affects customer loyalty with t value table 5,217. And Corporate Social Responsibility and corporate image have a positive and significant impact on customer loyalty with the value of determination coefficient of 23.3%.

The conclusion of this research Corporate Social Responsibility have positive and significant effect to company image. Corporate Social Responsibility also has a positive and significant impact on customer loyalty. Corporate image positively affects customer loyalty, Corporate Social Responsibility and corporate image positively affects customer loyalty. Furthermore, the company can improve the activities of Corporate Social Responsibility and improve the management of good waste so that waste from McDonalds does not disturb the environment.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, image, loyalty

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas limpahan karunia dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memenuhi pendidikan strata 1 Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro. Penulis sadar bahwa penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Restoran Cepat Saji McDonald's Indonesia di Kota Semarang“ ini tidak dapat selesai tanpa dukungan, doa serta bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Sunarto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Ibu Bulan Prabawani, S.Sos., M.M., Ph.D selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Diponegoro
3. Ibu Dra. Rodhiyah, S.U selaku dosen pembimbing yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini, meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan senantiasa sabar memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Drs. Agus Hermani DS, MM selaku Dosen Penguji I yang telah berkenan membantu dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini serta meluangkan waktu untuk menguji dalam penyusunan skripsi ini,
5. Ibu Dr. Ari Pradhanawati, MS selaku Dosen Wali sekaligus Dosen Penguji II yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan serta meluangkan waktu untuk menguji dalam penyusunan skripsi ini,
6. Seluruh dosen FISIP UNDIP yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan, khususnya dosen departemen Administrasi Bisnis UNDIP,

7. Seluruh informan yang bersedia berpartisipasi dalam proses penyusunan penelitian ini,
8. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya. Amin.

Semarang, Agustus 2017

Lutfi Inayah Astuti



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>v</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>6</b>
<b>1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>1.4 Kerangka Teori.....</b>	<b>9</b>
1.4.1 Loyalitas Pelanggan.....	9
1.4.2 Citra Perusahaan.....	17
1.4.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	21
1.4.4 Pengaruh antara <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Citra Perusahaan	25
1.4.5 Pengaruh Citra dengan Loyalitas .....	26
1.5.6 Penelitian Terdahulu .....	27
<b>1.6 Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>1.7 Definisi Konsep .....</b>	<b>31</b>
1.7.1 Loyalitas Pelanggan .....	32
1.7.2 Citra Perusahaan.....	32
1.7.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	32
<b>1.8 Definisi Operasional .....</b>	<b>33</b>
1.8.1 Loyalitas Pelanggan.....	33
1.8.2 Citra Perusahaan.....	33
1.8.3 <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	34
<b>1.9 Metode Penelitian .....</b>	<b>35</b>
1.9.1 Tipe Penelitian .....	35

1.9.2 Populasi dan Sampel .....	35
1.9.3 Jenis Data dan Sumber Data .....	37
1.9.4 Skala Pengukuran.....	38
1.9.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
1.9.6 Teknik Analisis Data.....	39
1.9.8 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	43
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN RESPONDEN .....</b>	<b>48</b>
<b>2.1 Deskripsi Obyek Penelitian .....</b>	<b>48</b>
<b>2.2 Program <i>Corporate Social Responsibility</i> McDonalds .....</b>	<b>54</b>
<b>1.2 Gambaran Umum Responden.....</b>	<b>56</b>
2.3.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
2.3.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia.....	57
2.3.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	58
2.3.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Per Bulan .....	59
2.3.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Pelanggan McDonalds di Semarang.....	60
<b>BAB III PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI CITRA PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING .....</b>	<b>62</b>
1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
1.2 Persepsi Responden Mengenai <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	69
3.3 Persepsi Mengenai Citra Perusahaan .....	84
3.4 Persepsi Mengenai Loyalitas Pelanggan.....	96
3.5 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Citra Perusahaan.....	102
3.6 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Loyalitas Pelanggan	108
3.7 Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	113
3.8 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	118
<b>3.9 Pembahasan .....</b>	<b>123</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>129</b>
<b>4.1 Kesimpulan.....</b>	<b>129</b>
<b>4.2 Saran .....</b>	<b>130</b>
<b>Daftar Pustaka.....</b>	<b>132</b>

## DAFTAR GAMBAR

### BAB I

Gambar 1.1 Kurva Hasil Uji t-tes (uji 2 pihak (two tail test)) ..... 45

Gambar 1.2 Uji F ..... 47

### BAB II

Gambar 2.1 Logo McDonalds..... 51

Gambar 2.2 Promo Produk McDonaals ..... 53

### BAB III

Gambar 3.1 Kurva Uji t Hipotesis 1 (two tail)..... 106

Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis 1 (two tail)..... 112

Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis 1 (two tail)..... 116

## DAFTAR TABEL

### BAB I

Tabel 1.1 <i>Net Promoter &amp; Emotion Score</i> Restoran Siap Saji Tahun 2011 .....	4
Tabel 1.2 Penilaian <i>Corporate Image</i> oleh IMAC 2015 .....	5

### BAB II

Tabel 2.1 Jenis Kelamin Responden .....	57
Tabel 2.2 Usia Responden.....	58
Tabel 2.3 Pekerjaan Responden .....	59
Tabel 2.4 Penghasilan/Uang Saku Per Bulan Responden .....	60
Tabel 2.5 Lamanya Menjadi Pelanggan McDonalds .....	61

### BAB III

Tabel 3.1 Uji Validitas <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	64
Tabel 3.2 Uji Validitas Citra Perusahaan .....	66
Tabel 3.3 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan .....	67
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas <i>Corporate Social Responsibility</i> , Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan .....	68
Tabel 3.5 Keuntungan Adanya kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> McDonalds Kota Semarang.....	70
Tabel 3.6 Alokasi Dana <i>Corporate Social Responsibility</i> McDonalds Kota Semarang.....	71
Tabel 3.7 Kemampuan Menjalankan Usaha McDonalds Kota Semarang.....	72
Tabel 3.8 Penekan Pengeluaran McDonalds Kota Semarang.....	73
Tabel 3.9 Lebih Ramah Lingkungan McDonalds Kota Semarang .....	74
Tabel 3.10 Penggunaan <i>syrofoam</i> McDonalds Kota Semarang.....	75
Tabel 3.11 Penggantian <i>syrofoam</i> dengan Kertas <i>Go Organic</i> McDonalds Kota Semarang.....	76
Tabel 3.12 Standar Keamanan McDonalds Kota Semarang .....	77
Tabel 3.13 Manfaat Kegiatan <i>Corporate Social Responsibility</i> McDonalds Kota Semarang.....	78
Tabel 3.14 Usaha Kepedulian Lingkungan McDonalds Kota Semarang .....	79
Tabel 3.15 Pengelolaan Limbah McDonalds Kota Semarang .....	80

Tabel 3.16 Rekapitulasi Variabel <i>Planet</i> .....	81
Tabel 3.17 Distribusi Frekuensi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	84
Tabel 3.18 Pelayanan McDonalds Kota Semarang.....	85
Tabel 3.19 Kualitas Karyawan McDonalds Kota Semarang .....	86
Tabel 3.20 Kecepatan dalam Menanggapi Konsumen McDonalds Kota Semarang .....	87
Tabel 3.21 Kualitas Produk McDonalds Kota Semarang .....	89
Tabel 3.22 Keamanan Produk McDonalds Kota Semarang.....	90
Tabel 3.23 Kepeduliaan Terhadap Masyarakat dan Lingkungan McDonalds Kota Semarang.....	91
Tabel 3.24 Pencapaian Sasaran Program McDonalds Kota Semarang.....	92
Tabel 3.25 Rekapitulasi Variabel Citra.....	93
Tabel 3.26 Distribusi Frekuensi Citra .....	96
Tabel 3.27 Memberikan Informasi Kepada Orang LainMcDonalds Kota Semarang .....	97
Tabel 3.28 Melakukan Pembelian Berulang McDonalds Kota Semarang.....	98
Tabel 3.29 Merekomendasikan Kepada Orang LainMcDonalds Kota Semarang	99
Tabel 3.30 Rekapitulasi Variabel Loyalitas .....	100
Tabel 3.31 Distribusi Frekuensi Loyalitas .....	102
Tabel 3.32 Tabulasi Silang Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Citra Perusahaan.....	103
Tabel 3.33 Uji Regresi Linear Sederhana Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Citra .....	105
Tabel 3.34 Koefisien Korelasi dan Determinasi Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Citra Perusahaan .....	107
Tabel 3.35 Tabulasi Silang Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Loyalitas Pelanggan .....	109
Tabel 3.36 Uji Regresi Linear Sederhana Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	110
Tabel 3.37 Koefisien Korelasi dan Determinasi Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Loyalitas Pelanggan.....	112

Tabel 3.38 Tabulasi Silang Variabel Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	114
Tabel 3.39 Uji Regresi Linear Sederhana Variabel Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	115
Tabel 3.40 Koefisien Korelasi dan Determinasi Variabel Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	117
Tabel 3.41 Uji Regresi Linear Berganda <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	119
Tabel 3.42 Uji Korelasi dan Determinasi <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan .....	120

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 2	: Kuesioner Penelitian
Lampiran 3	: Tabel Induk
Lampiran 4	: Hasil Jawaban Responden
Lampiran 5	: Hasil Uji Validitas
Lampiran 6	: Hasil Uji Relibilitas
Lampiran 7	: Hasil Uji Tabulasi Silang, Uji Regresi Linear Sederhana, Uji Koefisien Korelasi, Uji Determinasi, Uji t Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> (X <sub>1</sub> ) Terhadap Citra Perusahaan (X <sub>2</sub> )
Lampiran 8	: Hasil Uji Tabulasi Silang, Uji Regresi Linear Sederhana, Uji Koefisien Korelasi, Uji Determinasi, Uji t Variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> (X <sub>1</sub> ) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y <sub>1</sub> )
Lampiran 9	: Hasil Uji Tabulasi Silang, Uji Regresi Linear Sederhana, Uji Koefisien Korelasi, Uji Determinasi, Uji t Variabel Citra (X <sub>2</sub> ) Terhadap Loyalitas pelanggan (Y <sub>1</sub> )
Lampiran 10	: Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Korelasi dan Determinasi
Lampiran 11	: Hasil Uji F
Lampiran 12	: tabel r (5%)
Lampiran 13	: tabel t (5%)