

BAB V

PENUTUP

Bab lima ini penulis akan mengambil kesimpulan dari hasil penelitian. Selanjutnya, penulis membuat implikasi bagi pihak manajerial, merumuskan saran, dan memaparkan keterbatasan penelitian.

5.1. Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Hasil analisis 8 faktor diperoleh pengelompokan variabel pemilihan produk *smartphone* yaitu:

Tabel 5.1
Hasil analisis Faktor Pemilihan Produk *Smartphone*

Faktor	Nama Faktor	Indikator
Faktor 1	Inovasi fitur	<ol style="list-style-type: none">1. Kemampuan untuk mengirim atau <i>download</i> data (seperti: <i>e-mail</i>, program dll).2. Kelengkapan fitur yang ada dalam <i>smartphone</i>.3. Kecepatan untuk melakukan <i>browsing</i>4. Layar <i>smartphone</i> yang lebar5. Inovasi pada fitur-fitur baru yang diaplikasikan dalam produk <i>smartphone</i>
Faktor 2	<i>Brand dan Basic properties</i>	<ol style="list-style-type: none">1. Ukuran keyboard yang besar2. Pembelian produk <i>smartphone</i> berdasarkan pengetahuan yang baik3. Pertimbangan negara asal merek <i>smartphone</i>4. Inovasi produk baru yang dikeluarkan produsen <i>smartphone</i>5. Kapasitas memori yang besar.

Lanjutan Tabel 5.1

Faktor	Nama Faktor	Indikator
Faktor 3	<i>Outside influence</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rekomendasi dari tenaga penjualan <i>smartphone</i> 2. Rekomendasi dari kerabat terdekat (seperti keluarga, teman) 3. Rekomendasi informasi dari perusahaan produsen <i>smartphone</i>
Faktor 4	Desain	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desain <i>smartphone</i> yang bagus. 2. Ukuran <i>smartphone</i> yang bervariasi 3. Tapilan <i>smartphone</i> yang modern
Faktor 5	<i>Reliability</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan untuk digunakan 2. Keandalan <i>smartphone</i> saat digunakan
Faktor 6	Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penawaran (promosi) yang menarik 2. Kesesuaian antara harga dengan kualitas produk
Faktor 7	Manfaat simbolik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan <i>smartphone</i> untuk memenuhi gaya hidup. 2. Kemampuan <i>smartphone</i> untuk menunjukkan simbol atau status sosial
Faktor 8	Multimedia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fitur multimedia dengan kualitas yang baik 2. Fitur kamera dengan resolusi yang tinggi.

Sumber : Pengolahan Data (2017)

2. Hasil analisis perbedaan faktor-faktor pemilihan produk *smartphone* berdasarkan jenis kelamin

- a. Hasil analisis *independent sample t-test* diketahui terdapat perbedaan pada faktor *brand and basic propertis*. Konsumen pria memiliki penilaian yang lebih tinggi pada faktor *brand and basic propertis* dibandingkan konsumen wanita.
- b. Hasil analisis *independent sample t-test* diketahui terdapat perbedaan pada faktor multimedia. Konsumen wanita memiliki penilaian yang lebih tinggi pada faktor multimedia dibandingkan konsumen pria.

3. Hasil analisis perbedaan faktor-faktor pemilihan produk *smartphone* berdasarkan tingkat pendidikan:

- a. Hasil analisis *oneway anova* diketahui terdapat perbedaan pada faktor inovasi dan fitur. Konsumen pendidikan Sarjana Strata 2 memiliki penilaian yang lebih tinggi pada faktor inovasi dan fitur dibandingkan konsumen dengan tingkat pendidikan yang lainnya.
- b. Hasil analisis *oneway anova* diketahui terdapat perbedaan pada faktor *brand and basic propertis*. Konsumen pendidikan Sarjana Strata 2 memiliki penilaian yang lebih tinggi pada faktor *brand and basic propertis* dibandingkan konsumen dengan tingkat pendidikan yang lainnya.
- c. Hasil analisis *oneway anova* diketahui terdapat perbedaan pada faktor manfaat simbolik. Konsumen pendidikan Sarjana Strata 1 memiliki penilaian yang lebih tinggi pada faktor manfaat simbolik dibandingkan konsumen dengan tingkat pendidikan yang lainnya.

4. Hasil analisis perbedaan faktor-faktor pemilihan produk *smartphone* berdasarkan penghasilan:

- a. Hasil analisis *oneway anova* diketahui terdapat perbedaan pada faktor inovasi dan fitur. Konsumen dengan penghasilan lebih dari Rp 5.000.000 memiliki penilaian yang lebih tinggi pada faktor inovasi dan fitur dibandingkan konsumen dengan penghasilan yang lainnya.
- b. Hasil analisis *oneway anova* diketahui terdapat perbedaan pada faktor *brand and basic propertis*. Konsumen dengan penghasilan lebih dari Rp 5.000.000 memiliki penilaian yang lebih tinggi pada faktor *brand and*

basic propertis dibandingkan konsumen dengan tingkat pendidikan yang lainnya.

- c. Hasil analisis *oneway anova* diketahui terdapat perbedaan pada faktor *reliability*. Konsumen dengan penghasilan lebih dari Rp 5.000.000 memiliki penilaian yang lebih tinggi pada faktor *reliability* dibandingkan konsumen dengan tingkat pendidikan yang lainnya.
- d. Hasil analisis *oneway anova* diketahui terdapat perbedaan pada faktor manfaat simbolik. Konsumen dengan penghasilan lebih dari Rp 5.000.000 memiliki penilaian yang lebih tinggi pada faktor manfaat simbolik dibandingkan konsumen dengan tingkat pendidikan yang lainnya.

5.2. Implikasi Manajerial

Persaingan bisnis yang ketat menuntut produsen harus memiliki keunggulan kompetitif dalam segala bidang. Kualitas produk dan layanan yang baik merupakan beberapa aspek yang harus diperhatikan untuk mengembangkan produk atau jasa layanan perusahaan yang dijual atau ditawarkan pada pasar. Selain proaktif dalam mengembangkan produk dan layanan, pihak manajemen juga harus memahami keinginan atau kebutuhan konsumen atas produk atau jasa layanan yang diinginkan.

Pemahaman yang baik akan kebutuhan konsumen selanjutnya diimplementasikan dalam menciptakan dan memberikan layanan bagi konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam pemilihan produk *smartphone*. Hasil penelitian

ini diketahui bahwa pemilihan konsumen memilih produk *smartphone* ditentukan berdasarkan beberapa faktor yaitu: inovasi fitur, *brand* dan *basic properties*, *outside influence*, *desain*, *reliability*, harga, manfaat simbolik dan multimedia.

Pemilihan produk *smartphone* secara signifikan berdasarkan perbedaan *gender* (pria = inovasi fitur, *brand and basic properties*; wanita = multimedia), berdasarkan tingkat pendidikan (Sarjana Strata 2 = inovasi fitur, *brand and basic properties*; Sarjana Strata 1 = manfaat simbolik), penghasilan ($>$ Rp 5.000.000 = inovasi fitur, *brand and basic properties*, *reliability*; $<$ Rp 1.000.000 = multimedia). Hasil uji beda tersebut menunjukkan bahwa setiap konsumen dengan karakteristik yang berbeda memiliki orientasi tertentu yang berbeda antara satu konsumen dengan konsumen yang lainnya.

Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak manajemen produsen produk *smartphone* untuk menjadikan kedelapan faktor tersebut sebagai dasar pengembangan produk dan jasa layanan perusahaan. Kemampuan produsen untuk memenuhi keinginan konsumen tersebut akan direpson positif dalam bentuk pilihan konsumen pada produk *smartphone* yang bersangkutan (tertentu). Selain itu, produsen atau pemasar sebaiknya membuat produk *smartphone* yang berbeda (variasi, fitur, dan spesifikasi) dengan keunggulan tertentu yang dikhususkan untuk segmen konsumen yang berbeda.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan dan implikasi manajerial di atas, penulis merumuskan saran antara lain adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kualitas produk *smartphone* yang difokuskan pada peningkatan fasilitas serta fitur yang ada dalam produk *smartphone*. Selain itu, kemampuan produk yang dapat diandalkan (awet dan *durable*) akan memberikan nilai lebih bagi suatu merek produk *smartphone*. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan menanamkan teknologi yang lebih tinggi dan inovatif pada produk-produk *smartphone* yang dibuat, penggunaan bahan baku yang lebih berkualitas, membuat produk *smartphone* dengan pilihan desain dan harga yang lebih bervariasi.
2. Selain memperhatikan faktor kualitas produk, pemilihan konsumen pada suatu merek produk *smartphone* juga ditentukan oleh pengaruh faktor luar seperti kemampuan tenaga penjualan (*sales*). Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pemasar untuk menggunakan tenaga penjualan yang memiliki kemampuan baik dalam bidang teknologi informasi hingga mampu memberikan penjelasan lebih detail mengenai merek produk *smartphone* yang dijual. Promosi penjualan dalam bentuk iklan dan stimuli lainnya juga dapat digunakan untuk mendorong keinginan konsumen memilih suatu merek produk *smartphone* tertentu.
3. Meningkatkan citra merek dari produk *smartphone* agar merek produk *smartphone* mampu memberikan nilai lebih (*value*) seperti manfaat simbolik atas penggunaan konsumen pada suatu merek produk *smartphone* tertentu. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan menciptakan salah satu atau beberapa varian produk *smartphone* yang masuk dalam kategori *high*

class atau *premium*. Ini dilakukan untuk meningkatkan citra merek produk *smartphone*.

4. Menciptakan dan menjual produk dengan spesifikasi atau fitur dan fasilitas berbeda yang dijual pada segmen pasar tertentu. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar segmen pasar tertentu yang membutuhkan salah satu atau beberapa fasilitas yang lebih baik. Sebagai contoh konsumen wanita lebih fokus pada multimedia (kamera), konsumen dengan penghasilan yang tinggi lebih fokus pada kemampuan *smartphone* (merek) dalam memberikan nilai *prestige* dan lain sebagainya.

5.4. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini penulis memiliki keterbatasan yaitu tidak menggunakan satu merek produk *smartphone* tertentu. Hal ini tentunya akan berdampak pada penilaian konsumen yang berbeda atas merek produk *smartphone* yang digunakan oleh masing-masing konsumen. Berdasarkan hal tersebut maka pada penelitian sejenis di masa yang akan datang untuk menggunakan satu merek produk *smartphone* saja. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengukur dengan lebih akurat pilihan konsumen pada suatu merek produk *smartphone*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., (2010), *Manajemen Ekuitas Merek, Manfaat Nilai Suatu Merek*, Penerbit: Mitra Utama, Jakarta.
- Bajammal, N.H., (2016), Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Asuransi Aia Financial Surabaya, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 3.
- Dajan, A., (2010), *Pengantar Metode Statistik*, Penerbit: LP3ES, Jakarta.
- Ferdinand, A., (2010), *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen*, Penerbit: Fakultas Ekonomi, UNDIP. Semarang.
- Ferrinadewi, E., (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Penerbit: Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Gitosudarmo, I., (2000), *Manajemen Operasi*. Penerbit: Lembaga Penerbit FE UGM, Yogyakarta.
- Hair, J.F. Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., dan Black, W.C., (2010), *Multivariate Data Analysis: With Readings*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Ibrahim, I.I., Subari, K.A., Kassim, K.M., Mohamood, K.B., (2013) Antecedent Stirring Purchase Intention of Smartphone among Adolescents in Perlis, *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 3, No. 12.
- Ilmaya, F., (2011), Analisis Pengaruh Interaksi Harga dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Eka Batik Semarang, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 2.
- Jogiyanto, H., (2010), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Penerbit: BPFE Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Karjaluoto, H., Karvonen, J., Kesti, M., Koivumäki, T., Manninen, M., Pakola, J., Ristola, A., dan Salo, J., (2005), Factors Affecting Consumer Choice of Mobile Phones: Two Studies from Finland, *Journal of Euromarketing*, Vol. 14, No. 3.
- Kaushal, S.K., dan Kumar, R., (2015), Consumers' Reaction Towards Smart Phones: a Study of Students of University of Lucknow, India, *Journal of Management Research*, Vol. 7, No. 2.

- Keller, K., (2012), Managing the Growth Tradeoff: Challenges and Opportunities in Luxury Branding. *Journal of Brand Management*, Vol. 16, No. 5.
- Kotler, P., (2012) *Manajemen Pemasaran*, Penerbit: Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., dan Susanto, A.B., (2010), *Dasar-dasar Pemasaran*, Penerbit: Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2012), *Dasar-dasar Pemasaran*, Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller K.L., (2012), *Perilaku Konsumen*, Penerbit Indeks, Jakarta.
- Kuncoro, M., (2012), *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Penerbit: Erlangga, Jakarta
- Lamb, C.W., Hair, J.F., dan McDaniel, C., (2010), *Pemasaran*. Penerbit: Salemba Empat, Jakarta.
- Lau, M.M., Lam, A.Y.C., dan Cheung, R., (2016), *Examining the Factors Influencing Purchase Intention of Smartphones in Hong Kong*, *Contemporary Management Research*, Vol. 12, No. 2.
- Marjuki., dan Fadillah, A., (2013), Pengaruh Tenaga Penjualan dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Pada PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol. 2, No. 1.
- Mokhlis, S., dan Yaakob, A.Y, (2012), Consumer Choice Criteria in Mobile Phone Selection: an Investigation of Malaysian University Students, *International Review of Social Sciences and Humanities*, Vol. 2, No. 2.
- Mowen, J.C., dan Minor, M., (2010), *Consumer Behavior*, Upper Saddle River, New York: Prentice – Hall Inc.
- Parasuraman, A., Zeithaml V.A., dan Berry, L.L., (1988), A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research, *Journal of Retailing*, Vol. 64. No.1.
- Peter, J.P., dan Olson, J.C., (2008). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Rahim, A., Safin, S.Z., Kheng, L.K., Abas, N., dan Ali, S.M., (2016), Factors Influencing Purchasing Intention of Smartphone Among University Students, *Procedia Economics and Finance*, Vol. 37.
- Santoso, S., (2012), *Statistik Paraketrik*, Penerbit: Elexmedia Komputindo, Jakarta.

- Sekaran, U., (2013), *Research Methods for Business: a Skill-Building Approach*, John Willey & Sons Inc, New York.
- Setyawan, P., dan Susila, W., (2014), Analisis Faktor yang Dipertimbangkan Nasabah dalam Mengambil Keputusan Pembelian, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol 8. No 2.
- Stanton, W.J., (2007), *Prinsip Pemasaran*. Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Sujata, J., Yatin, J., Abhijit, C., Noopur, S., dan Ruchi, D., (2016), Factors Affecting Smartphone Purchase Among Indian Youth: A Descriptive Analysis, *Indian Journal of Science and Technology*, Vol. 9, No., 15.
- Tanzila., Sohail, A.A., dan Tanveer, N., (2015) Buying Behavior of Smartphone among University Students in Pakistan, *The International Journal Of Business & Management*, Vol. 3, No. 1.
- Tjiptono, F., (2012) *Strategi Pemasaran*, Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.
- Uddin, M.R., Lopa, N.Z., dan Oheduzzaman, M., (2014), Factors Affecting Customers' Buying Decisions of Mobile Phone: a Study on Khulna City, Bangladesh, *International Journal of Managing Value and Supply Chains*, Vol.5, No. 2.
- Warsita, B., (2008), *Teknologi Pembelajaran: Landasan & Aplikasinya*, Penerbit: Rineka, Jakarta.
- Wisystudi, P., dan Widagda, Y., (2015), Pengaruh Tekanan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Kecanduan Path Pada Kalangan Remaja di Jakarta Barat, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 3, No. 5.
- Yee, K.L.K., Siew, H.K., Fah, B.C.Y., (2013) Factors Affecting Smartphone Purchase Decision Among Malaysian Generation Y, *International Journal of Asian Social Science*, Vol. 3, No. 12.
- Zarrad, H., dan Debabi, M., (2015), Analyzing the Effect of Electronic Word of Mouth on Tourists' attitude toward Destination and Travel Intention, *International Research Journal of Social Sciences*, Vol. 4, No. 4.



KUESIONER PENELITIAN

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN *SMARTPHONE*

(Studi pembelian konsumen pada produk *smartphone* di Yogyakarta)

Kepada Yth: Responden

Di tempat

Dengan hormat,

Perkenalkan saya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir/skripsi.

Nama : Rivando Chandra Tantama

NPM : 12 03 19808

Program Studi : Ekonomi Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Atma Jaya Yogyakarta

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan skripsi. Saya membutuhkan data penelitian yang sekiranya Sdr/I dapat membantunya. Atas kesediaannya saya ucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya:


Rivando Chandra Tantama

BAGIAN I: KARAKTERISTIK DEMOGRAFI RESPONDEN

1. Jenis kelamin:
 - a. Pria
 - b. Wanita

 2. Tingkat pendidikan terakhir yang Anda raih:
 - a. SLTA/Sederajat/Dibawahnya
 - b. Diploma (D1 – D2)
 - c. Sarjana Strata 1
 - d. Sarjana Strata 2
 - e. Doktor (S3)

 3. Rata-rata pendapatan atau uang saku Anda dalam 1 bulan:
 - a. < Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
 - c. > Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000
 - d. > Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000
 - e. > Rp 4.000.000 – Rp 5.000.000
 - f. > Rp 5.000.000

 4. Merek *smartphone* yang Anda gunakan saat ini:
- 

BAGIAN II: PERTANYAAN PENELITIAN

Dibawah ini adalah pertanyaan mengenai **faktor yang mempengaruhi pemilihan *smartphone***. Anda dipersilahkan untuk memilih salah satu dari beberapa alternatif jawaban yang telah disediakan sebagai berikut: SP = Sangat Penting; P = Penting; CP = Cukup Penting; TP = Tidak Penting; STP = Sangat Tidak Penting

Bagi saya, produk *smartphone* dengan karakteristik berikut adalah sesuatu yang penting:.....

No	PERTANYAAN	STP	TP	CP	P	SP
1	Kecepatan untuk melakukan <i>browsing</i>					
2	Kemampuan untuk mengirim atau <i>download</i> data (seperti: <i>e-mail</i> , program dll)					
3	Kelengkapan fitur yang ada dalam <i>smartphone</i>					
4	Kemampuan <i>smartphone</i> untuk menunjukkan simbol atau status sosial					
5	Kemampuan <i>smartphone</i> untuk memenuhi gaya hidup					
6	Inovasi pada fitur-fitur baru yang diaplikasikan dalam produk <i>smartphone</i>					
7	Layar <i>smartphone</i> yang lebar					
8	Fitur multimedia dengan kualitas yang baik					
9	Fitur kamera dengan resolusi yang tinggi					
10	Tapilan <i>smartphone</i> yang modern					
11	Desain <i>smartphone</i> yang bagus					
12	Ukuran <i>smartphone</i> yang bervariasi					
13	Pembelian produk <i>smartphone</i> berdasarkan pengetahuan yang baik					
14	Pertimbangan negara asal merek <i>smartphone</i>					
15	Ukuran keyboard yang besar					
16	Kapasitas memori yang besar					
17	Inovasi produk baru yang dikeluarkan produsen <i>smartphone</i>					
18	Rekomendasi dari tenaga penjualan <i>smartphone</i>					
19	Rekomendasi dari kerabat terdekat (seperti keluarga, teman)					
20	Rekomendasi informasi dari perusahaan produsen <i>smartphone</i>					
21	Penawaran (promosi) yang menarik					
22	Kesesuaian antara harga dengan kualitas produk					
23	Kehandalan <i>smartphone</i> saat digunakan					
24	Kemudahan untuk digunakan					



LAMPIRAN II

Case Summaries

	Jenis kelamin	Pendidikan	Pendapatan	Merek smartphone yang saat ini digunakan	Var.1	Var.2	Var.3
1	2	3	5	2	5	4	4
2	1	3	2	2	4	4	4
3	2	2	3	2	3	4	4
4	2	3	3	7	3	2	2
5	1	4	4	1	5	5	5
6	2	1	2	5	3	3	3
7	2	2	3	3	3	4	4
8	1	1	2	9	3	2	2
9	2	1	1	4	4	4	3
10	1	1	2	6	3	2	2
11	1	1	2	3	4	4	4
12	1	3	4	1	5	4	4
13	1	2	3	4	4	4	3
14	1	2	3	4	4	4	4
15	1	3	2	5	3	3	3
16	1	1	3	1	5	4	4
17	1	3	3	1	5	5	4
18	1	3	4	4	4	4	4
19	1	1	3	1	5	5	4
20	1	1	1	3	3	3	3
21	1	4	6	1	3	3	3
22	1	2	5	4	3	4	4
23	1	2	3	5	3	3	3
24	1	2	2	4	3	3	4
25	2	3	2	9	4	3	3
26	2	3	2	4	4	4	4
27	1	2	2	6	3	2	3
28	2	3	3	9	4	3	2
29	1	3	5	2	5	4	4
30	1	3	4	3	4	4	4
31	1	1	2	1	4	4	4
32	2	3	3	5	3	4	4
33	2	3	1	6	3	2	2
34	1	4	6	2	4	4	4
35	1	3	3	3	3	4	4
36	2	4	5	6	3	2	2
37	1	4	6	1	5	4	4
38	2	3	2	2	4	4	3
39	1	2	4	2	3	3	3
40	1	2	3	4	4	4	4
41	1	1	2	5	3	3	3
42	1	3	3	1	5	4	4
43	1	4	5	3	5	5	5
44	1	2	4	1	4	4	4
45	1	3	6	4	5	5	4
46	1	1	1	2	4	4	4
47	1	2	2	3	3	3	4
48	2	1	3	2	3	4	4
49	1	2	3	8	3	3	3
50	1	3	5	9	3	3	3

Case Summaries

	Jenis kelamin	Pendidikan	Pendapatan	Merek smartphone yang saat ini digunakan	Var.1	Var.2	Var.3
51	2	4	5	3	4	3	3
52	1	3	2	3	4	4	4
53	2	3	4	8	1	2	2
54	1	2	4	1	5	4	4
55	1	3	4	1	4	4	4
56	1	1	2	1	5	4	4
57	2	2	3	1	3	4	4
58	1	4	3	1	5	5	5
59	2	4	2	4	3	3	3
60	1	2	3	4	3	4	4
61	1	3	2	7	3	2	2
62	2	3	1	2	4	4	4
63	1	3	2	9	4	4	3
64	1	3	3	5	4	2	4
65	2	2	3	5	4	4	3
66	1	4	3	2	4	4	4
67	1	3	2	9	3	3	3
68	2	2	4	3	5	5	5
69	1	3	4	5	4	4	4
70	2	3	2	3	3	4	3
71	1	2	2	3	3	3	3
72	1	3	3	3	3	4	4
73	1	2	3	7	3	3	3
74	1	2	2	7	3	3	3
75	1	3	4	3	4	3	3
76	1	3	2	6	3	2	2
77	1	2	2	9	3	2	3
78	1	3	3	7	3	3	3
79	2	4	6	4	5	4	4
80	1	3	2	1	4	4	4
81	1	2	2	1	3	4	4
82	1	4	5	1	5	5	5
83	2	1	2	4	3	3	3
84	2	3	2	2	4	4	3
85	2	3	3	9	2	2	2
86	2	3	2	2	4	4	3
87	1	2	3	2	4	4	3
88	1	3	3	1	4	4	4
89	1	4	5	2	4	4	4
90	1	3	4	1	5	4	4
91	1	3	4	1	5	5	5
92	2	4	5	2	5	5	4
93	2	1	2	4	3	3	3
94	1	3	2	3	3	4	3
95	1	2	3	1	3	4	4
96	1	2	3	9	3	4	4
97	1	2	4	9	3	3	3
98	2	1	4	4	4	3	3
99	1	2	2	2	5	4	4
100	2	3	2	5	3	2	3

Case Summaries

	Jenis kelamin	Pendidikan	Pendapatan	Merek smartphone yang saat ini digunakan	Var.1	Var.2	Var.3
101	2	3	3	5	4	3	2
102	2	2	4	3	4	3	4
103	1	3	4	4	4	4	4
104	1	1	2	1	5	4	4
105	1	4	6	2	4	4	4
106	2	4	5	1	5	5	5
107	1	3	2	6	3	2	2
108	1	4	5	1	5	5	5
109	2	3	2	6	3	2	3
110	1	2	3	3	3	4	4
111	1	1	2	2	3	3	3
112	1	2	2	5	4	4	4
113	2	2	2	1	3	3	3
114	1	2	3	4	4	4	4
115	1	4	4	2	5	5	5
116	1	2	3	4	4	4	3
117	1	2	3	9	4	4	4
118	1	3	2	2	3	3	3
119	2	3	4	2	5	4	4
120	1	4	4	1	5	5	5
121	1	3	4	1	4	4	4
122	1	3	4	1	5	5	4
123	2	1	2	3	3	3	4
124	1	4	5	1	5	5	5
125	2	2	3	3	3	4	4
126	2	3	3	3	4	4	4
127	2	2	4	4	3	3	3
128	2	3	4	5	4	4	3
129	1	3	5	1	4	4	4
130	1	3	2	7	3	2	3
131	1	3	3	5	4	3	2
132	1	4	4	1	5	5	5
133	1	2	3	2	4	4	4
134	1	3	2	1	5	4	4
135	2	3	2	4	3	3	3
136	1	3	3	3	4	4	4
137	2	2	3	3	4	4	3
138	1	3	3	9	4	3	2
139	1	4	6	1	4	4	4
140	2	1	1	5	3	2	2
141	1	4	4	1	5	4	4
142	1	3	3	2	5	4	4
143	1	4	4	2	5	5	4
144	1	3	4	2	5	4	4
145	1	3	4	1	4	4	4
146	1	1	1	9	1	1	1
147	1	2	3	2	3	4	4
148	1	2	4	5	5	4	4
149	1	3	2	5	3	3	3
150	1	3	4	2	4	4	4

Case Summaries

	Jenis kelamin	Pendidikan	Pendapatan	Merek smartphone yang saat ini digunakan	Var.1	Var.2	Var.3
151	2	3	2	4	4	3	2
152	1	3	4	2	4	3	4
153	2	3	2	4	4	4	4
154	2	3	3	3	5	4	4
155	1	1	2	3	4	4	4
156	1	4	5	1	5	5	5
157	1	1	2	6	3	2	2
158	1	4	4	1	5	5	5
159	1	3	2	6	3	2	3
160	1	3	3	1	3	4	4
161	1	2	3	5	3	3	3
162	2	3	3	2	4	4	4
163	1	3	4	3	3	3	3
164	1	2	2	8	1	2	1
165	2	3	5	4	5	4	5
166	1	3	3	2	4	4	3
167	2	3	4	1	4	4	4
168	2	2	3	2	3	3	3
169	1	3	4	3	5	4	4
170	1	4	6	1	5	5	5
171	1	1	3	3	4	4	4
172	1	3	6	3	5	5	4
173	1	4	2	2	3	3	4
174	2	3	2	3	3	3	3
175	2	3	2	6	3	4	4
176	1	3	4	5	4	4	4
177	2	3	3	1	3	3	3
178	1	2	4	3	4	4	3
179	1	4	2	4	4	4	4
180	1	3	3	5	3	2	3
181	1	3	2	6	4	3	2
182	1	2	3	8	2	2	2
183	2	2	2	2	4	4	4
184	1	2	4	2	5	4	4
185	2	2	2	6	3	3	3
186	2	3	3	3	4	4	4
187	1	3	2	3	4	4	3
188	1	2	2	8	4	3	2
189	1	3	6	2	4	4	4
190	1	3	3	7	3	2	2
191	2	3	3	3	5	4	4
192	1	3	5	1	5	4	4
193	1	3	5	3	3	3	3
194	1	3	2	1	5	4	4
195	1	3	4	4	4	4	4
196	1	2	3	7	3	2	2
197	2	3	3	6	3	4	4
198	2	3	3	2	5	4	4
199	2	2	2	6	3	3	3
200	2	1	2	2	4	4	4

Case Summaries

	Var.4	Var.5	Var.6	Var.7	Var.8	Var.9	Var.10	Var.11	Var.12	Var.13	Var.14
1	5	4	4	3	4	4	2	3	3	4	5
2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2
4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3
5	2	2	5	3	3	3	3	3	3	4	4
6	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3
7	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3
8	2	2	4	2	4	3	4	4	4	2	3
9	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4
10	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3
11	1	1	3	3	3	3	4	4	4	4	5
12	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4
13	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3
14	3	3	3	3	3	4	5	5	5	5	2
15	4	3	3	3	5	5	3	1	1	3	3
16	2	2	4	5	3	3	3	3	3	5	5
17	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	3	4	1	3	3	4	4
19	2	2	4	4	3	2	3	2	3	3	2
20	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4
21	5	5	5	5	4	4	3	2	3	5	4
22	5	5	4	4	3	3	2	3	4	4	3
23	5	5	3	2	2	3	3	4	4	2	3
24	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	4
25	2	4	4	4	4	2	2	3	3	3	5
26	3	5	3	3	4	3	4	3	4	2	3
27	4	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3
28	4	3	2	1	3	3	3	3	3	3	2
29	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4
30	3	3	3	4	4	3	5	5	5	2	3
31	3	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4
32	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2
33	3	3	3	2	5	5	3	3	4	3	2
34	5	5	3	3	4	3	5	2	2	4	4
35	3	4	4	3	5	5	3	4	4	3	3
36	5	5	4	2	5	5	3	3	2	3	3
37	5	4	4	4	4	2	4	4	2	3	4
38	4	3	3	3	4	5	4	3	4	3	3
39	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4
40	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	2
41	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3
42	4	4	4	5	3	3	3	3	2	5	5
43	5	5	4	4	3	4	3	5	4	4	4
44	3	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4
45	5	5	4	5	4	2	4	2	2	5	5
46	2	2	4	4	3	3	2	3	4	3	4
47	3	3	4	5	3	3	3	3	4	5	4
48	2	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3
49	3	3	3	2	5	5	3	3	3	2	3
50	5	5	3	3	5	5	3	3	2	3	4

Case Summaries

	Var.4	Var.5	Var.6	Var.7	Var.8	Var.9	Var.10	Var.11	Var.12	Var.13	Var.14
51	5	5	4	4	4	4	3	1	1	3	5
52	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3
53	5	5	2	2	4	4	3	3	3	1	3
54	3	3	4	4	3	4	2	5	5	4	4
55	5	5	4	4	3	3	3	4	4	2	3
56	2	2	4	3	3	3	4	4	4	4	5
57	4	4	4	5	4	3	3	2	2	5	4
58	3	3	5	5	4	3	3	2	3	4	4
59	4	3	3	4	4	3	4	5	5	3	3
60	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3
61	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	3
62	3	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4
63	4	4	3	3	3	3	1	3	2	3	3
64	3	3	3	2	3	4	3	2	3	4	5
65	2	4	3	4	5	5	4	3	4	4	3
66	5	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3
67	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
68	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
69	5	3	4	4	3	2	4	3	4	4	4
70	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4
71	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4
72	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3
73	4	4	3	2	2	3	4	4	4	2	3
74	3	3	2	3	2	1	5	3	3	3	4
75	4	3	4	4	4	2	3	3	2	4	4
76	3	5	4	2	4	3	3	3	4	2	3
77	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3
78	3	3	2	1	3	3	4	4	4	3	2
79	5	5	4	3	4	3	5	5	5	4	5
80	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
81	4	4	4	5	2	2	4	3	3	5	5
82	3	3	5	3	4	3	3	5	4	4	4
83	2	3	3	4	5	5	2	3	4	3	3
84	3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3
85	4	4	2	2	5	5	3	3	3	3	4
86	4	4	3	3	5	5	4	3	4	3	3
87	3	3	3	3	4	2	3	4	3	4	5
88	4	4	3	4	4	5	4	2	2	4	3
89	5	4	3	3	3	2	4	1	1	5	2
90	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
91	4	5	4	4	4	3	3	2	2	4	4
92	4	3	4	5	3	3	2	3	4	4	4
93	2	1	4	3	3	4	4	3	4	3	4
94	5	3	4	5	3	3	3	3	2	5	4
95	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
96	3	3	4	2	4	5	4	3	4	5	5
97	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4
98	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5
99	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3
100	4	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3

Case Summaries

	Var.4	Var.5	Var.6	Var.7	Var.8	Var.9	Var.10	Var.11	Var.12	Var.13	Var.14
101	4	4	3	1	3	4	5	5	5	2	2
102	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
103	5	5	3	4	3	3	3	4	4	2	3
104	3	3	4	3	4	3	5	5	5	4	5
105	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4
106	2	2	5	5	4	3	3	2	3	5	5
107	4	4	3	2	3	3	4	4	4	5	4
108	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4
109	4	3	2	2	5	5	3	3	4	4	4
110	4	4	4	3	3	3	4	1	1	3	3
111	4	4	3	3	3	4	4	1	1	3	3
112	3	4	3	4	4	5	3	3	3	3	4
113	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
114	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	5
115	2	2	5	5	3	4	4	4	4	3	4
116	3	3	3	4	2	3	3	2	2	4	4
117	4	3	3	3	3	4	4	3	2	5	2
118	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3
119	5	3	4	5	3	4	4	3	4	2	2
120	4	3	4	5	2	3	2	3	2	4	4
121	4	4	4	4	2	1	2	3	4	4	3
122	4	4	4	5	4	2	3	3	2	5	4
123	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4
124	3	3	5	5	4	3	3	3	3	5	4
125	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3
126	3	5	4	2	4	5	4	4	4	2	2
127	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4
128	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	5
129	5	5	4	3	3	4	5	5	5	2	3
130	4	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3
131	4	4	2	3	3	3	5	3	3	3	2
132	3	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4
133	2	3	3	4	3	3	3	4	4	1	1
134	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5
135	2	4	3	3	5	5	5	3	4	3	3
136	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	5
137	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3
138	4	4	2	3	5	5	3	3	2	3	2
139	5	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
140	4	4	3	2	3	4	3	2	3	5	4
141	4	5	4	4	3	4	5	5	5	3	4
142	4	3	4	5	2	3	4	5	5	5	5
143	2	1	4	5	3	4	4	4	4	5	5
144	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
145	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2
146	3	3	1	1	2	3	4	3	4	2	3
147	4	4	4	4	4	2	4	5	5	3	3
148	4	4	4	4	4	3	5	3	4	3	4
149	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3
150	4	3	4	4	5	5	4	2	2	4	4

Case Summaries

	Var.4	Var.5	Var.6	Var.7	Var.8	Var.9	Var.10	Var.11	Var.12	Var.13	Var.14
151	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2	2
152	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4
153	3	3	3	4	4	4	5	3	4	2	3
154	4	4	4	4	3	4	4	2	2	4	5
155	2	2	4	4	3	3	4	5	5	4	4
156	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	5
157	2	2	3	2	1	1	3	4	4	5	4
158	3	2	5	5	2	2	3	4	3	4	4
159	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3
160	4	4	4	4	3	3	5	5	5	3	3
161	3	3	3	3	4	3	5	5	5	3	3
162	3	3	3	4	3	4	5	3	4	3	4
163	5	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3
164	4	4	1	2	3	3	2	3	3	4	5
165	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4
166	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4
167	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	2
168	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3
169	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5
170	4	4	4	5	2	3	3	3	4	4	4
171	2	3	4	4	1	1	3	4	4	4	3
172	4	4	4	5	3	3	3	3	3	5	4
173	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4
174	3	3	5	3	5	5	3	4	4	5	4
175	2	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3
176	4	5	4	4	3	3	5	5	5	2	2
177	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4
178	4	4	4	4	3	3	5	3	4	3	5
179	4	3	4	4	3	3	4	3	4	2	3
180	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
181	4	3	2	3	4	3	4	1	1	3	2
182	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4
183	2	2	3	4	5	5	4	4	4	2	3
184	4	4	4	4	3	3	2	3	2	4	5
185	3	3	3	3	5	5	4	3	4	3	3
186	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	5
187	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	3
188	3	3	2	3	3	4	5	4	5	3	2
189	5	4	4	4	2	2	2	3	3	4	4
190	4	3	3	2	3	4	3	3	4	5	4
191	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4
192	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	5
193	5	5	3	3	2	2	4	3	2	5	5
194	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4
195	4	4	3	4	4	2	3	2	3	3	2
196	4	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3
197	3	3	4	3	5	5	3	3	3	3	3
198	4	4	4	4	5	5	2	4	3	3	4
199	4	3	3	3	5	5	4	4	4	3	3
200	3	1	4	4	5	5	3	4	4	4	4

Case Summaries

	Var.15	Var.16	Var.17	Var.18	Var.19	Var.20	Var.21	Var.22	Var.23	Var.24
1	3	3	4	5	2	5	5	5	3	3
2	4	4	4	5	5	2	4	4	5	4
3	3	2	4	4	4	4	4	3	5	5
4	3	3	4	4	2	4	3	4	2	2
5	4	4	5	2	3	2	3	3	5	5
6	3	3	3	4	4	4	5	4	3	3
7	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3
8	2	3	3	4	4	3	5	5	2	2
9	4	3	3	2	4	3	3	2	2	4
10	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2
11	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
12	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4
13	4	4	3	3	3	3	2	2	4	4
14	5	4	3	4	4	4	5	5	4	5
15	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3
16	5	3	5	4	3	4	4	4	5	5
17	3	3	5	4	3	4	3	4	3	3
18	4	4	3	5	5	2	4	3	4	4
19	3	2	4	3	2	3	5	5	5	3
20	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4
21	4	4	5	3	3	3	3	4	4	3
22	4	4	1	4	3	3	4	3	4	4
23	2	2	2	5	5	5	4	4	3	3
24	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2
25	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5
26	3	5	4	3	4	4	4	4	3	4
27	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
28	2	2	2	4	3	3	3	5	3	2
29	5	3	4	4	4	3	3	3	3	2
30	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4
31	4	4	4	2	4	4	2	2	5	4
32	3	2	4	4	4	4	4	4	5	5
33	3	2	4	2	3	2	4	3	2	2
34	4	4	4	4	3	4	3	3	5	5
35	3	3	4	5	5	5	3	3	3	3
36	3	3	3	3	2	3	4	3	2	2
37	4	3	3	3	3	4	4	3	2	4
38	3	3	3	3	4	4	2	2	1	2
39	4	5	3	3	3	4	5	5	4	4
40	5	4	3	5	5	2	3	3	4	4
41	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
42	5	3	5	4	3	4	5	5	5	5
43	3	3	4	4	5	5	4	3	3	3
44	4	4	4	3	3	3	4	4	5	3
45	5	5	5	4	3	4	4	3	5	3
46	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
47	4	4	4	5	2	5	2	2	4	3
48	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4
49	2	2	2	5	5	4	3	3	3	3
50	4	4	4	5	5	5	3	4	3	3

Case Summaries

	Var.15	Var.16	Var.17	Var.18	Var.19	Var.20	Var.21	Var.22	Var.23	Var.24
51	5	3	4	5	4	3	3	3	5	5
52	3	5	4	5	2	5	5	5	3	4
53	2	1	3	2	3	2	5	5	1	2
54	5	3	4	5	5	2	3	3	3	2
55	2	3	1	4	4	4	5	5	4	4
56	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
57	5	4	4	2	4	3	3	4	5	5
58	4	4	4	4	3	3	2	2	5	5
59	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3
60	3	3	4	3	3	3	1	1	3	3
61	3	3	4	3	3	4	4	3	2	2
62	4	3	3	5	5	5	4	3	2	4
63	3	3	3	3	3	3	4	3	2	1
64	3	3	3	2	2	3	3	4	2	3
65	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
66	5	4	3	4	3	4	5	5	4	4
67	3	3	3	1	2	1	4	5	3	3
68	3	3	2	5	5	2	3	4	4	3
69	4	4	4	5	5	2	4	3	5	3
70	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
71	4	4	5	3	3	4	4	4	4	3
72	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
73	2	2	3	5	5	5	4	4	3	3
74	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3
75	3	5	4	4	3	4	3	5	5	5
76	3	5	4	1	1	1	3	3	3	4
77	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4
78	2	2	2	4	4	4	1	1	3	2
79	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
80	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4
81	5	3	5	2	4	4	5	4	5	5
82	4	4	4	3	3	3	5	4	5	5
83	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
84	3	3	3	4	4	4	5	5	2	2
85	4	3	3	4	2	4	3	3	3	4
86	3	3	3	4	3	4	2	2	2	2
87	3	3	3	5	5	5	4	4	2	3
88	4	4	3	3	3	4	2	2	4	4
89	5	4	3	3	4	4	4	3	4	5
90	5	3	5	5	5	2	3	4	5	5
91	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3
92	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3
93	4	4	4	3	3	4	2	2	3	4
94	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3
95	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4
96	5	5	2	5	5	5	3	4	3	3
97	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2
98	3	5	4	4	3	4	3	5	5	5
99	3	5	4	3	2	4	4	4	3	4
100	3	3	3	4	5	5	4	4	5	4

Case Summaries

	Var.15	Var.16	Var.17	Var.18	Var.19	Var.20	Var.21	Var.22	Var.23	Var.24
101	3	2	2	5	5	4	3	5	3	2
102	5	3	4	4	5	2	3	3	3	2
103	2	3	3	3	5	5	3	3	4	4
104	3	3	4	3	2	4	4	4	3	3
105	4	4	4	3	5	5	4	3	5	4
106	5	5	5	4	3	4	2	2	5	5
107	5	4	4	4	4	3	5	4	3	2
108	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5
109	4	4	2	2	3	2	3	3	2	2
110	3	3	4	5	5	5	3	3	3	3
111	3	3	4	4	4	4	2	2	2	2
112	4	3	3	3	2	4	4	4	2	4
113	3	3	3	1	2	2	5	5	2	2
114	3	3	3	5	5	5	4	3	2	3
115	4	5	3	5	5	2	4	3	3	4
116	3	4	3	3	2	4	2	2	4	4
117	5	4	3	3	5	5	4	3	4	5
118	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3
119	2	2	5	5	5	4	3	4	5	5
120	3	3	4	2	3	2	4	4	3	3
121	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3
122	5	4	5	3	3	3	4	4	5	3
123	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
124	4	4	5	4	3	4	4	3	4	3
125	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4
126	3	2	2	3	2	4	3	3	3	3
127	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2
128	3	5	4	3	5	5	2	2	5	5
129	3	5	4	4	5	5	3	3	3	4
130	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4
131	2	2	2	4	2	4	5	4	3	2
132	5	3	4	4	4	3	5	5	3	2
133	1	1	3	3	3	4	3	3	4	4
134	3	3	4	3	5	5	2	2	3	3
135	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
136	3	3	3	5	5	4	2	1	2	3
137	4	4	3	5	5	5	4	3	4	4
138	2	2	1	4	4	3	4	3	3	2
139	4	4	4	3	2	4	3	4	5	4
140	5	4	5	2	3	2	5	5	2	2
141	4	5	3	3	5	5	4	5	4	4
142	5	5	5	2	3	2	4	3	5	5
143	5	5	5	5	5	2	4	4	5	3
144	5	3	4	4	3	2	4	4	3	2
145	3	2	4	2	2	3	3	5	4	4
146	2	3	2	3	2	3	4	4	2	2
147	3	3	4	1	2	1	4	4	3	3
148	4	5	3	2	2	2	3	5	4	4
149	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3
150	4	4	4	3	3	3	2	3	5	3

Case Summaries

	Var.15	Var.16	Var.17	Var.18	Var.19	Var.20	Var.21	Var.22	Var.23	Var.24
151	3	2	2	5	5	4	2	2	4	4
152	5	3	4	2	2	3	4	4	3	3
153	2	3	2	2	2	3	4	3	4	4
154	3	3	1	2	2	2	3	4	3	3
155	4	4	4	2	2	3	5	4	5	4
156	5	5	5	2	3	2	5	4	3	3
157	5	4	4	3	5	5	3	2	3	2
158	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5
159	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2
160	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
161	3	3	4	2	2	1	2	2	2	2
162	4	3	3	4	3	3	4	4	2	4
163	3	3	3	4	4	4	2	2	5	5
164	3	3	3	4	4	3	4	3	5	5
165	4	5	3	2	3	3	4	4	3	4
166	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
167	5	4	3	2	2	2	3	4	4	5
168	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3
169	5	3	5	4	3	3	5	5	5	5
170	3	3	4	2	2	3	4	5	3	3
171	4	4	4	3	2	3	3	4	5	3
172	5	4	5	1	1	1	4	3	5	3
173	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
174	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3
175	4	4	1	2	2	2	3	5	4	4
176	3	2	2	4	3	2	4	4	4	4
177	4	4	4	4	5	5	4	4	3	2
178	3	5	4	4	3	3	3	5	5	5
179	3	5	2	3	2	3	3	3	3	4
180	3	3	3	5	3	4	3	3	4	4
181	2	2	2	4	4	4	2	2	3	2
182	5	3	4	5	5	4	4	4	3	2
183	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4
184	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3
185	3	3	3	4	3	4	3	3	1	1
186	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3
187	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4
188	2	2	1	4	3	3	2	2	3	2
189	4	4	4	2	3	2	4	5	5	4
190	5	4	5	5	4	2	3	3	1	1
191	4	5	3	3	3	3	4	3	4	4
192	5	5	5	3	2	3	5	5	5	5
193	5	5	5	3	4	4	4	3	5	3
194	5	3	4	4	2	4	4	4	3	2
195	3	2	4	4	5	5	4	3	4	4
196	2	3	2	4	4	4	3	3	1	1
197	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3
198	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4
199	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
200	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3



LAMPIRAN III

Validitas dan Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

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
.959	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Var.1	79.87	218.878	.585	.958
Var.2	80.10	213.541	.765	.956
Var.3	80.20	212.579	.897	.955
Var.4	80.17	208.144	.779	.956
Var.5	80.20	207.200	.840	.956
Var.6	80.03	220.378	.637	.958
Var.7	80.33	213.885	.666	.958
Var.8	80.23	219.978	.600	.958
Var.9	80.43	214.944	.745	.957
Var.10	80.43	216.944	.624	.958
Var.11	80.33	215.057	.715	.957
Var.12	80.30	218.217	.611	.958
Var.13	80.30	213.734	.765	.957
Var.14	80.13	217.016	.564	.959
Var.15	80.27	215.582	.683	.957
Var.16	80.30	218.148	.581	.958
Var.17	80.17	211.730	.764	.956
Var.18	80.00	211.379	.792	.956
Var.19	80.13	211.913	.831	.956
Var.20	80.20	214.166	.737	.957
Var.21	79.93	214.478	.717	.957
Var.22	79.93	215.099	.606	.958
Var.23	80.13	215.085	.587	.958
Var.24	80.20	217.200	.513	.959

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
83.67	233.471	15.280	24



LAMPIRAN IV

Frequencies

Frequency Table

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	137	68.5	68.5	68.5
	Wanita	63	31.5	31.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTA/Sederajat/ Dibawahnya	25	12.5	12.5	12.5
	Diploma (D1 sampai D3)	52	26.0	26.0	38.5
	Sarjana Strata 1 (S1)	94	47.0	47.0	85.5
	Sarjana Strata 2 (S2)	29	14.5	14.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 1.000.000	7	3.5	3.5	3.5
	Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000	64	32.0	32.0	35.5
	> Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000	60	30.0	30.0	65.5
	> Rp 3.000.000 sampai Rp 4.000.000	41	20.5	20.5	86.0
	> Rp 4.000.000 sampai Rp 5.000.000	18	9.0	9.0	95.0
	> Rp 5.000.000	10	5.0	5.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Merek smartphone yang saat ini digunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	iPhone	44	22.0	22.0	22.0
	Samsung	38	19.0	19.0	41.0
	Oppo	34	17.0	17.0	58.0
	Vivo	25	12.5	12.5	70.5
	Blackberry	19	9.5	9.5	80.0
	Lenovo	14	7.0	7.0	87.0
	Sony	8	4.0	4.0	91.0
	Advance	5	2.5	2.5	93.5
	Lainnya	13	6.5	6.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	



LAMPIRAN V

Factor Analysis

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	Analysis N
Var.1	3.80	.868	200
Var.2	3.61	.855	200
Var.3	3.54	.832	200
Var.4	3.66	.877	200
Var.5	3.56	.854	200
Var.6	3.55	.749	200
Var.7	3.47	.945	200
Var.8	3.47	.856	200
Var.9	3.40	.940	200
Var.10	3.49	.808	200
Var.11	3.35	.867	200
Var.12	3.48	.935	200
Var.13	3.51	.919	200
Var.14	3.58	.904	200
Var.15	3.57	.911	200
Var.16	3.48	.891	200
Var.17	3.49	.940	200
Var.18	3.52	1.027	200
Var.19	3.47	1.056	200
Var.20	3.48	.992	200
Var.21	3.59	.898	200
Var.22	3.53	.961	200
Var.23	3.54	1.070	200
Var.24	3.40	1.017	200

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.712
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2245.383
	df	276
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
Var.1	1.000	.733
Var.2	1.000	.869
Var.3	1.000	.819
Var.4	1.000	.834
Var.5	1.000	.831
Var.6	1.000	.616
Var.7	1.000	.719
Var.8	1.000	.821
Var.9	1.000	.823
Var.10	1.000	.482
Var.11	1.000	.779
Var.12	1.000	.831
Var.13	1.000	.710
Var.14	1.000	.567
Var.15	1.000	.767
Var.16	1.000	.610
Var.17	1.000	.522
Var.18	1.000	.729
Var.19	1.000	.730
Var.20	1.000	.577
Var.21	1.000	.811
Var.22	1.000	.812
Var.23	1.000	.797
Var.24	1.000	.839

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.545	23.106	23.106
2	2.299	9.578	32.684
3	2.153	8.972	41.657
4	1.912	7.966	49.623
5	1.737	7.237	56.860
6	1.463	6.096	62.957
7	1.288	5.368	68.324
8	1.230	5.123	73.447
9	.834	3.477	76.924
10	.780	3.249	80.173
11	.677	2.822	82.995
12	.537	2.238	85.233
13	.512	2.134	87.368
14	.453	1.887	89.254
15	.387	1.613	90.868
16	.375	1.564	92.431
17	.333	1.388	93.820
18	.295	1.229	95.049
19	.273	1.139	96.188
20	.258	1.076	97.265
21	.212	.885	98.150
22	.187	.780	98.930
23	.151	.628	99.557
24	.106	.443	100.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Var.7	.795							
Var.3	.757							
Var.2	.746							
Var.6	.739							
Var.1	.673							
Var.23	.665							
Var.15	.642							
Var.13	.616							
Var.17	.590							
Var.16	.579							
Var.14	.546							
Var.12			-.645					
Var.11			-.563					
Var.18			.510					
Var.20								
Var.19								
Var.5				.609				
Var.4				.589				
Var.21				.585				
Var.22				.564				
Var.9						.677		
Var.8						.673		
Var.24	.552							.600
Var.10								

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 8 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Var.2	.912							
Var.3	.874							
Var.1	.839							
Var.7	.732							
Var.6	.644							
Var.15		.848						
Var.13		.801						
Var.14		.720						
Var.17		.656						
Var.16		.638						
Var.18			.839					
Var.19			.836					
Var.20			.728					
Var.12				.881				
Var.11				.841				
Var.10				.617				
Var.24					.866			
Var.23					.772			
Var.21						.886		
Var.22						.878		
Var.5							.903	
Var.4							.897	
Var.8								.896
Var.9								.879

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.



LAMPIRAN VI

T-Test

Group Statistics

	Jenis kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Inovasi fitur	Pria	137	3.6511	.74874	.06397
	Wanita	63	3.4635	.63736	.08030
Brand dan Basic properties	Pria	137	3.5942	.72231	.06171
	Wanita	63	3.3683	.62238	.07841
Outside influence	Pria	137	3.4623	.84911	.07254
	Wanita	63	3.5397	.78842	.09933
Desain	Pria	137	3.4355	.71921	.06145
	Wanita	63	3.4444	.63641	.08018
Reliability	Pria	137	3.5219	.92924	.07939
	Wanita	63	3.3492	1.03423	.13030
Harga	Pria	137	3.5584	.87881	.07508
	Wanita	63	3.5556	.79368	.09999
Manfaat simbolik	Pria	137	3.6496	.82106	.07015
	Wanita	63	3.5159	.72938	.09189
Multimedia	Pria	137	3.1642	.72535	.06197
	Wanita	63	4.0159	.68960	.08688

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Inovasi futur	Equal variances assumed	1.722	198	.087
	Equal variances not assumed	1.827	139.964	.070
Brand dan Basic properties	Equal variances assumed	2.143	198	.033
	Equal variances not assumed	2.264	138.384	.025
Outside influence	Equal variances assumed	-.612	198	.541
	Equal variances not assumed	-.629	129.041	.530
Desain	Equal variances assumed	-.084	198	.933
	Equal variances not assumed	-.088	134.984	.930
Reliability	Equal variances assumed	1.178	198	.240
	Equal variances not assumed	1.132	109.685	.260
Harga	Equal variances assumed	.022	198	.983
	Equal variances not assumed	.023	132.427	.982
Manfaat simbolik	Equal variances assumed	1.107	198	.269
	Equal variances not assumed	1.157	134.490	.249
Multimedia	Equal variances assumed	-7.832	198	.000
	Equal variances not assumed	-7.980	126.239	.000



LAMPIRAN VII

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation
Inovasi fitur	SLTA/Sederajat/ Dibawahnya	25	3.3840	.77227
	Diploma (D1 sampai D3)	52	3.4077	.59272
	Sarjana Strata 1 (S1)	94	3.5340	.66455
	Sarjana Strata 2 (S2)	29	4.2897	.66459
	Total	200	3.5920	.71925
Brand dan Basic properties	SLTA/Sederajat/ Dibawahnya	25	3.5920	.58731
	Diploma (D1 sampai D3)	52	3.4115	.65848
	Sarjana Strata 1 (S1)	94	3.4383	.75478
	Sarjana Strata 2 (S2)	29	3.9379	.51298
	Total	200	3.5230	.69879
Outside influence	SLTA/Sederajat/ Dibawahnya	25	3.2933	.56372
	Diploma (D1 sampai D3)	52	3.5449	.90274
	Sarjana Strata 1 (S1)	94	3.5213	.89143
	Sarjana Strata 2 (S2)	29	3.4368	.66728
	Total	200	3.4867	.82928
Desain	SLTA/Sederajat/ Dibawahnya	25	3.4800	.67412
	Diploma (D1 sampai D3)	52	3.5897	.62139
	Sarjana Strata 1 (S1)	94	3.3652	.69315
	Sarjana Strata 2 (S2)	29	3.3678	.80841
	Total	200	3.4383	.69261
Reliability	SLTA/Sederajat/ Dibawahnya	25	3.3400	.96523
	Diploma (D1 sampai D3)	52	3.3654	.93994
	Sarjana Strata 1 (S1)	94	3.4255	.97539
	Sarjana Strata 2 (S2)	29	3.8966	.90019
	Total	200	3.4675	.96428
Harga	SLTA/Sederajat/ Dibawahnya	25	3.5000	.97895
	Diploma (D1 sampai D3)	52	3.4327	.81065
	Sarjana Strata 1 (S1)	94	3.5638	.83998
	Sarjana Strata 2 (S2)	29	3.8103	.82823
	Total	200	3.5575	.85092

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation
Manfaat simbolik	SLTA/Sederajat/ Dibawahnya	25	2.7000	.88976
	Diploma (D1 sampai D3)	52	3.5481	.60439
	Sarjana Strata 1 (S1)	94	3.8457	.55371
	Sarjana Strata 2 (S2)	29	3.7241	1.08221
	Total	200	3.6075	.79394
Multimedia	SLTA/Sederajat/ Dibawahnya	25	3.1600	.92105
	Diploma (D1 sampai D3)	52	3.3654	.83499
	Sarjana Strata 1 (S1)	94	3.5851	.82187
	Sarjana Strata 2 (S2)	29	3.2931	.55929
	Total	200	3.4325	.81549

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Inovasi futur	Between Groups	17.279	3	5.760	13.177	.000
	Within Groups	85.668	196	.437		
	Total	102.947	199			
Brand dan Basic properties	Between Groups	6.432	3	2.144	4.631	.004
	Within Groups	90.742	196	.463		
	Total	97.174	199			
Outside influence	Between Groups	1.295	3	.432	.624	.600
	Within Groups	135.558	196	.692		
	Total	136.853	199			
Desain	Between Groups	1.882	3	.627	1.314	.271
	Within Groups	93.580	196	.477		
	Total	95.462	199			
Reliability	Between Groups	6.453	3	2.151	2.361	.073
	Within Groups	178.586	196	.911		
	Total	185.039	199			
Harga	Between Groups	2.750	3	.917	1.271	.285
	Within Groups	141.338	196	.721		
	Total	144.089	199			
Manfaat simbolik	Between Groups	26.503	3	8.834	17.501	.000
	Within Groups	98.936	196	.505		
	Total	125.439	199			
Multimedia	Between Groups	4.843	3	1.614	2.482	.062
	Within Groups	127.495	196	.650		
	Total	132.339	199			



LAMPIRAN VIII

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation
Inovasi fitur	< Rp 1.000.000	7	2.9429	1.08759
	Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000	64	3.2750	.56174
	> Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000	60	3.4800	.65271
	> Rp 3.000.000 sampai Rp 4.000.000	41	3.9951	.61561
	> Rp 4.000.000 sampai Rp 5.000.000	18	4.1111	.74588
	> Rp 5.000.000	10	4.1600	.38644
	Total	200	3.5920	.71925
Brand dan Basic properties	< Rp 1.000.000	7	3.4571	.71846
	Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000	64	3.3813	.60445
	> Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000	60	3.3433	.72821
	> Rp 3.000.000 sampai Rp 4.000.000	41	3.6488	.69250
	> Rp 4.000.000 sampai Rp 5.000.000	18	4.0556	.61665
	> Rp 5.000.000	10	4.0800	.47329
	Total	200	3.5230	.69879
Outside influence	< Rp 1.000.000	7	3.1905	.94000
	Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000	64	3.3750	.76405
	> Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000	60	3.6833	.85354
	> Rp 3.000.000 sampai Rp 4.000.000	41	3.4715	.83325
	> Rp 4.000.000 sampai Rp 5.000.000	18	3.6296	.75744
	> Rp 5.000.000	10	3.0333	.94868
	Total	200	3.4867	.82928
Desain	< Rp 1.000.000	7	3.2857	.40500
	Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000	64	3.4635	.68136
	> Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000	60	3.4611	.69730
	> Rp 3.000.000 sampai Rp 4.000.000	41	3.5691	.69219
	> Rp 4.000.000 sampai Rp 5.000.000	18	3.1296	.76815
	> Rp 5.000.000	10	3.2667	.69921
	Total	200	3.4383	.69261
Reliability	< Rp 1.000.000	7	2.8571	.89974
	Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000	64	3.1953	.92418
	> Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000	60	3.3917	.96151
	> Rp 3.000.000 sampai Rp 4.000.000	41	3.8537	.91681
	> Rp 4.000.000 sampai Rp 5.000.000	18	3.8056	.95700
	> Rp 5.000.000	10	3.9000	.73786
	Total	200	3.4675	.96428

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation
Harga	< Rp 1.000.000	7	3.7143	.85912
	Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000	64	3.5000	.89974
	> Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000	60	3.3750	.86664
	> Rp 3.000.000 sampai Rp 4.000.000	41	3.7439	.78360
	> Rp 4.000.000 sampai Rp 5.000.000	18	3.8056	.85987
	> Rp 5.000.000	10	3.7000	.48305
	Total	200	3.5575	.85092
Manfaat simbolik	< Rp 1.000.000	7	3.3571	.74801
	Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000	64	3.2969	.71113
	> Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000	60	3.5333	.60272
	> Rp 3.000.000 sampai Rp 4.000.000	41	3.7317	.82989
	> Rp 4.000.000 sampai Rp 5.000.000	18	4.1944	.94151
	> Rp 5.000.000	10	4.6500	.41164
	Total	200	3.6075	.79394
Multimedia	< Rp 1.000.000	7	3.7143	.95119
	Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000	64	3.4531	.91599
	> Rp 2.000.000 sampai Rp 3.000.000	60	3.5250	.82042
	> Rp 3.000.000 sampai Rp 4.000.000	41	3.2927	.68898
	> Rp 4.000.000 sampai Rp 5.000.000	18	3.4444	.74536
	> Rp 5.000.000	10	3.1000	.56765
	Total	200	3.4325	.81549

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Inovasi futur	Between Groups	24.873	5	4.975	12.361	.000
	Within Groups	78.074	194	.402		
	Total	102.947	199			
Brand dan Basic properties	Between Groups	12.109	5	2.422	5.523	.000
	Within Groups	85.065	194	.438		
	Total	97.174	199			
Outside influence	Between Groups	6.165	5	1.233	1.830	.109
	Within Groups	130.688	194	.674		
	Total	136.853	199			
Desain	Between Groups	2.946	5	.589	1.236	.294
	Within Groups	92.516	194	.477		
	Total	95.462	199			
Reliability	Between Groups	17.736	5	3.547	4.113	.001
	Within Groups	167.303	194	.862		
	Total	185.039	199			
Harga	Between Groups	5.117	5	1.023	1.429	.216
	Within Groups	138.971	194	.716		
	Total	144.089	199			
Manfaat simbolik	Between Groups	24.646	5	4.929	9.487	.000
	Within Groups	100.793	194	.520		
	Total	125.439	199			
Multimedia	Between Groups	3.006	5	.601	.902	.481
	Within Groups	129.333	194	.667		
	Total	132.339	199			



LAMPIRAN IX

TABEL DISTRIBUSI R

Df	5%	DF	5%	DF	5%	DF	5%
1	0.997	51	0.271	101	0.194	151	0.159
2	0.950	52	0.268	102	0.193	152	0.158
3	0.878	53	0.266	103	0.192	153	0.158
4	0.811	54	0.263	104	0.191	154	0.157
5	0.754	55	0.261	105	0.190	155	0.157
6	0.707	56	0.259	106	0.189	156	0.156
7	0.666	57	0.256	107	0.188	157	0.156
8	0.632	58	0.254	108	0.187	158	0.155
9	0.602	59	0.252	109	0.187	159	0.155
10	0.576	60	0.250	110	0.186	160	0.154
11	0.553	61	0.248	111	0.185	161	0.154
12	0.532	62	0.246	112	0.184	162	0.153
13	0.514	63	0.244	113	0.183	163	0.153
14	0.497	64	0.242	114	0.182	164	0.152
15	0.482	65	0.240	115	0.182	165	0.152
16	0.468	66	0.239	116	0.181	166	0.151
17	0.456	67	0.237	117	0.180	167	0.151
18	0.444	68	0.235	118	0.179	168	0.151
19	0.433	69	0.234	119	0.179	169	0.150
20	0.423	70	0.232	120	0.178	170	0.150
21	0.413	71	0.230	121	0.177	171	0.149
22	0.404	72	0.229	122	0.176	172	0.149
23	0.396	73	0.227	123	0.176	173	0.148
24	0.388	74	0.226	124	0.175	174	0.148
25	0.381	75	0.224	125	0.174	175	0.148
26	0.374	76	0.223	126	0.174	176	0.147
27	0.367	77	0.221	127	0.173	177	0.147
28	0.361	78	0.220	128	0.172	178	0.146
29	0.355	79	0.219	129	0.172	179	0.146
30	0.349	80	0.217	130	0.171	180	0.146
31	0.344	81	0.216	131	0.170	181	0.145
32	0.339	82	0.215	132	0.170	182	0.145
33	0.334	83	0.213	133	0.169	183	0.144
34	0.329	84	0.212	134	0.168	184	0.144
35	0.325	85	0.211	135	0.168	185	0.144
36	0.320	86	0.210	136	0.167	186	0.143
37	0.316	87	0.208	137	0.167	187	0.143
38	0.312	88	0.207	138	0.166	188	0.142
39	0.308	89	0.206	139	0.165	189	0.142
40	0.304	90	0.205	140	0.165	190	0.142
41	0.301	91	0.204	141	0.164	191	0.141
42	0.297	92	0.203	142	0.164	192	0.141
43	0.294	93	0.202	143	0.163	193	0.141
44	0.291	94	0.201	144	0.163	194	0.140
45	0.288	95	0.200	145	0.162	195	0.140
46	0.285	96	0.199	146	0.161	196	0.139
47	0.282	97	0.198	147	0.161	197	0.139
48	0.279	98	0.197	148	0.160	198	0.139
49	0.276	99	0.196	149	0.160	199	0.138
50	0.273	100	0.195	150	0.159	200	0.138