

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data, deskripsi, pengujian hasil penelitian, dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Kualitas makanan/minuman berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen di Signatura Coffee.
2. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen di Signatura Coffee.
3. *Price fairness* berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen di Signatura Coffee.
4. Lingkungan kafe berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen di Signatura Coffee.

#### **5.2 Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dapat dikemukakan implikasi dari hasil penelitian sebagai berikut:

Pada penelitian ini menemukan bahwa kualitas makanan/minuman, layanan, *price fairness*, serta lingkungan kafe memiliki pengaruh kuat terhadap niat beli yang dirasakan pelanggan pada Signatura Coffee. Hal tersebut menjelaskan bahwa penting bagi manajer Signatura Coffee tetap menjaga dan meningkatkan kualitas makanan/minuman, layanan yang baik, harga yang

kompetitif, serta suasana kafe Signatura Coffee agar selalu sesuai dengan harapan konsumen, karena hal tersebut merupakan tolak ukur yang menjadi pertimbangan dalam penilaian dan tentunya dengan kepuasan yang dirasakan terhadap kualitas makanan/minuman, layanan, *price fairness*, lingkungan kafe akan memunculkan niat pelanggan untuk kembali datang ke Signatura Coffee.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Secara keseluruhan, peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan terutama dalam pelaksanaannya. Penelitian ini dilakukan sebaik mungkin, namun tidak terlepas dari keterbatasan yang ada. Adapun keterbatasan selama penelitian yaitu:

1. Pengumpulan data dalam penelitian ini didasarkan pada hasil kuesioner yang dikirim melalui google formulir, sehingga tidak menutup kemungkinan ada unsur kurang objektif dalam pengisian kuesioner.
2. Terdapat perbedaan nama variabel terkait dengan harga (*price fairness*) dengan yang digunakan pada penelitian ini karena adanya ketidakkonsistenan penamaan variabel yang ditemukan di jurnal utama.

### **5.4 Saran**

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan yaitu:

Kualitas makanan/minuman, kualitas layanan, *price fairness*, dan lingkungan kafe memberikan petunjuk pada Signatura Coffee untuk terus

melakukan evaluasi dan meningkatkan kualitas pada kafe yang dimiliki agar sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Disarankan pada penelitian selanjutnya menggunakan atau menambahkan variabel-variabel lain yang tidak diujikan pengaruhnya terhadap niat beli konsumen di Signatura Coffee.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abubakari, S., Mohammed, K. A., dan Iddrisu, I. N. (2019). Assessing the impact of sanitation on customer retention: A survey of restaurants in the Tamale Metropolis. *Open Access Library Journal*, 06(12), 1-18.
- Adnan, H. (2014). An analysis of the factors affecting online purchasing behavior of Pakistani Consumers. *International Journal of Marketing Studies*, 6 (5).
- Anwar, I. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4(12).
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: PT Bina Aksara.
- Basith, A., dan Fadhilah, F. (2019). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk pada McDonald's di Jatiasih Bekasi. *Jurnal Manajemen dan Organisasi (JMO)*, 9(3).
- Beneke, J., dan Zimmerman, N. (2014). Beyond privat label panache: the effect of store image and perceived price on brand prestige. *Journal of Consumer Marketing*, 31(4), 301-311.
- Curatman, A., dan Hermansyah. (2015). Membangun kepuasan konsumen melalui kewajaran harga dan merk pribadi (survey pada konsumen Giant Kota Cirebon). *Jurnal Logika*, XIV (2), 42-49.
- Darmawan, P. A. D. T., dan Ekawati, N. W. (2017). Pengaruh kepuasan konsumen memediasi harga terhadap loyalitas konsumen dalam berbelanja pada florist online di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(4), 2076 – 2104.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., dan Miniard, P. W. (2008). *Perilaku konsumen*, Alih bahasa Budiyanto, Jakarta : Binarupa Aksara.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F. J., Anderson, R. E., Tatham, R. L., dan Black, W. C. (2014). *Multivariate data analyses with readings*. New Jersey: Engelwood Cliffs.
- Hanjaya, S. (2016). Pengaruh kualitas produk, pengetahuan produk dan keragaman menu terhadap keputusan pembelian produk capra latte.

- Hartono, J. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis, Salah Kaprah Dan Pengalaman-Pengalaman*, Yogyakarta: Bpfe.
- Harjati, L dan Venesia, Y. (2015). Pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Tiger Air Mandala. *E- Journal Widya Ekonomika, 1(1)*, 64 – 73.
- Hartanto, A., dan Andreani, F. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan lingkungan fisik terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi di de mandailing kafe Surabaya. *AGORA, 7(1)*.
- Heung, V. C. S., dan Gu, T. (2012). Influence of restaurant atmospherics on patron satisfaction and behavioral intentions. *International Journal of Hospitality Management, 31*, 1167– 1177.
- Khandelwal, U, Bajpai, dan Naval. (2012). Price fairness and its linear dependence on consumer attitude : a comparative study in Metro and Non Metro City. *European Journal of Business and Management, 4*, 94-101.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2013). *Principle of marketing*. United States of America: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., dan Keller, L. (2012). *Manajemen pemasaran edisi 12 jilid 1*. Jakarta: PT. Mancanajaya Cemerlang.
- Lee, B., Park, K., dan Cho, J. (2011). A study on the effect of selection attributes on customer satisfaction and repurchase intention about HMR. *The Korean Journal of Culinary Research, 17(2)*, 85-97.
- Liew, Y. S., dan Falahat, M. (2019). Factors influencing consumers' purchase intention towards online group buying in Malaysia. *International Journal of Electronic Marketing and Retailing, 10(1)*, 60
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardhiyah, N., Sulistyawati, A. S., dan Rahyuda, I. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk di *hungry bird coffee canggu*. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas, 3(2)*.
- Martín-Consuegra, D., Molina, A., dan Esteban, Á. (2007). An integrated model of price, satisfaction and loyalty: an empirical analysis in the service sector. *Journal of Product & Brand Management, 16(7)*, 459-468.
- Mega, M., dan Harsono, S. (2012). Pengaruh harga, nilai manfaat, dan kualitas

terhadap kepuasan pelanggan handphone blackberry di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(2), 135-150.

- Meldarianda, R., Lisan, H., & Kristen, U. (2010). Pengaruh store atmosphere terhadap minat beli konsumen pada resort café atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, 17(2), 97-108.
- Mensah, I dan Mensah, R. D. (2018). Effects of service quality and customer satisfaction on repurchase intention in restaurants on University of Cape Coast Campus. *Journal of Tourism, Heritage dan Services Marketing*, 4(1).
- Mirza, B., dan Ali, M. (2017). An assessment of relationship among service quality, price perception and customer satisfaction in the formation of consumer's purchase intention. *Arabian Journal of Business and Management Review (Kuwait Chapter)*, 6(12).
- Montung, P., Sepang, J., dan Adare, D. (2015). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan di restoran kawan baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5), 678-689.
- Murni, Y., dan Yulika, F. (2017). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan membeli air minum dalam kemasan merek sms pada masyarakat VII Koto Sungai Sarik Kabupaten Padang Pariaman. *Menara Ilmu*, XI(2).
- Nguyen, T. H. dan Gizaw, A. (2014). *Factors that influence consumer purchasing decisions of Private Label Food Products*. School of Business, Society and Engineering, Bachelor thesis in in Business Administration FOA214.
- Novemy. (2015). Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian air mineral kemasan. *Duta.Com*, 4(1).
- Pandjaitan, D. R. H., dan Ahmad, A. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis*. Lampung: Aura Publishing.
- Phan, T. A., dan Mai, P. H. (2016). Determinants Impacting Consumers? Purchase Intention: The Case of Fast Food in Vietnam. *International Journal of Marketing Studies* 8(5), 56.
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap niat pembelian gadget di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1).
- Pratiwi, Muhtadi, A., dan Surahman, E. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap niat beli obat di Depo Farmasi Anggrek RSUP Dr. Hasan Sadikin, Bandung. *Jurnal Farmasi Klinik Indonesia*, 5(1).

- Putra, B., dan Kusumadewi, N. M. W. (2019). Pengaruh inovasi produk terhadap niat pembelian ulang dimediasi oleh kepuasan konsumen. *E-Jurnal Manajemen*, 8(8).
- Putri, Y. L., dan Utomo, H. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening. *Among Makarti*, 19(10).
- Raeyssa, P. K. (2012). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk merek value plus di Matahari Hypermart. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1-15.
- Randang, W. (2013). Kualitas produk, atribut produk dan ekuitas merek pengaruhnya terhadap keputusan pembelian minyak goreng. *Jurnal EMBA*, 1(3).
- Ryu dan Jang. (2006). Intention to experience local cuisine in a travel destination: the modified theory of reasoned action. *Journal of Hospitality dan Tourism Research - J Hospit Tourism Res*, 30, 507-516.
- Ryu, K., dan Han, H. (2011). New or repeat customers: How does physical environment influence their restaurant experience? *International Journal of Hospitality Management*, 599-611.
- Ryu, K., Lee, H.-R., dan Kim, W. G. (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(2), 200-223.
- Saleem, M. A., Khan, M. A., dan Alam, S. (2015). Antecedents of green purchase intentions: evidence from customers of electronics products from multan district. *Journal of European Academic Research*, 3.
- Schiffman, L. G., dan Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior* 11th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2015). *Metode penelitian untuk bisnis pendekatan pengembangan-keahlian*. Jakarta. Salemba Empat.
- Setiawan, R.S. (2015). Atmosfer toko, emosi konsumen perilaku pembelian pada toko roti. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Siyoto, S., dan Sodik, A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan RdanD*. Bandung: Alfabeta.
- Sulastri, T. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga terhadap kepuasan mahasiswa serta implikasinya pada citra perguruan tinggi. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 1(1), 41-52.
- Sulek, J. M. dan Hensley, R. L. (2014). The relative importance of food, atmosphere, and fairness of wait: the case of a full-service restaurant. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 45(3), 235-247.
- Susskind, A. M., dan Chan, E. K. (2000). How restaurant features affect check averages: a study of the Toronto restaurant market. *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 41(6), 56-63.
- Sutisna dan Pawitra, 2001, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Swastha, D. B., dan Handoko, T N. (2012). *Manajemen pemasaran analisis perilaku konsumen. Edisi pertama*. Yogyakarta: BPPFE.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran jasa*. Jawa Timur: Bayumedia Publishing.
- Wakefield, L., dan Inman, J. (2003). Situational price sensitivity: The role of consumption occasion, social context and income. *Journal of Retailing*, 79(4), 199-212.
- Wijaya, P. S. M., dan Teguh, C. (2012). Faktor- faktor yang mempengaruhi minat beli di online shop specialis guess. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 7(2).
- Xia, L., Monroe, K. B., dan Cox, J. L. (2004). The price is unfair a conceptual framework of price unfairness perceptions. *Journal of Marketing*, 68, 1-15.
- Xiao, A., Yang, S., dan Iqbal, Q (2019). Factors affecting purchase intentions in generation y: an empirical evidence from fast food industry in Malaysia. *Adm. Sci*, 9(4).
- Yang, L., dan Mao, M. (2014). Antecedents of online group buying behavior: from price leverage and crowd effect perspectives. *PACIS*. Chengdu, China.
- Zhong, Y., dan Moon, H. C. (2020). What drives customer satisfaction, loyalty, and happiness in fast-food restaurants in china? perceived price, service quality, food quality, physical environment quality, and the moderating role of gender. *Foods*, 9, 460.





Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

**“Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Signatura Coffee”**

Bapak/Ibu/Saudara (i) yang terhormat, Berdasarkan judul di atas.

Nama : Destriyunto Tessa Londong Allo Putra

Universitas : Atma Jaya Yogyakarta(UAJY).

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/(i) untuk meluangkan waktu sejenak mengisi kuesioner ini. Informasi yang anda berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan studi. Kebenaran dan kelengkapan jawaban yang anda berikan akan sangat membantu, selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang dilakukan. Atas bantuan dan perhatian Bapak/Ibu/Saudara (i), saya ucapkan terima kasih.

Apakah Anda mengetahui tentang Signatura Coffee Jogja?

- Ya
- Tidak

Apakah Anda pernah mengunjungi, membeli kudapan dan minuman, atau mengonsumsi minuman dan kudapan minimal 1 kali di Signatura Coffee Jogja?

- Ya
- Tidak

Jika anda menjawab “Ya”, maka akan di lanjutkan ke pertanyaan selanjutnya.

1. Identitas Responden

a. Jenis Kelamin

- Laki-Laki
- Perempuan

b. Usia

- < 17 Tahun
- 17-25 Tahun
- 26-34 Tahun
- > 34 tahun

c. Pekerjaan

- Pelajar/Mahasiswa
- PNS
- Swasta
- Lain-lain

d. Pendapatan perbulan

- < Rp. 1000.000
- Rp. 1.000.000-Rp. 3.000.000
- Rp. 3.000.000-Rp. 5.000.000
- > Rp. 5.000.000

Petunjuk Pengisian Quesioner

Silakan memilih jawaban paling sesuai dengan kondisi yang anda alami atau rasakan, dengan cara memberikan (✓) pada pilihan yang tersedia sebagai berikut:

- Sangat setuju (SS)
- Setuju (S)
- Tidak Setuju (TS)
- Sangat Tidak Setuju (STS)

1. Kualitas Makanan (kudapan)/Minuman

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Makanan (kudapan)/minuman di Signatura Coffee harum.					
2	Makanan (kudapan)/minuman di Signatura Coffee enak.					
3	Makanan (kudapan)/minuman di Signatura Coffee terlihat menarik untuk saya.					

2. Kualitas Layanan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Anggota staf di Signatura Coffee ramah.					
2	Anggota staf di Signatura Coffee sangat membantu.					
3	Anggota staf di Signatura Coffee melayani dengan cepat dan tepat.					
4	Saya merasa nyaman dengan layanan anggota staf di Signatura Coffee.					

3. Harga/Price Fairness

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Signatura Coffee menawarkan paket harga terbaik yang memenuhi kebutuhan saya.					
2	Harga makanan yang dikenakan oleh Signatura Coffee masuk akal.					
3	Biaya di Restoran Signatura Coffee sepertinya sesuai dengan apa yang saya dapatkan.					
4	Secara keseluruhan, Signatura Coffee memberikan pilihan harga yang lebih unggul.					

4. Lingkungan Kafe

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Lingkungan di Signatura Coffee bersih.					
2	Pencahayaan di Signatura Coffee nyaman.					
3	Suhu di dalam Signatura Coffee nyaman.					

5. Niat Beli

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan terus membeli makanan/minuman di Signatura Coffee.					
2	Saya akan membeli makanan/minuman di Signatura Coffee setidaknya seminggu sekali.					
3	Saya berniat meningkatkan frekuensi pembelian di Signatura Coffee.					
4	Saya bersedia merekomendasikan keluarga dan teman saya untuk membeli makanan/minuman di Signatura Coffee.					

Lampiran 2. Data Uji Coba

No	Kualitas Makanan (Kudapan)/Minuman				Total	Kualitas Layanan				Total	Harga/Price Fairness				Total	Lingkungan Kafe			Total	Niat Beli				Total
	1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3	4		1	2	3		1	2	3	4	
1	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	3	5	5	4	17	5	5	5	15	4	3	4	5	16
2	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	3	4	4	11	3	3	3	3	12
3	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	3	3	12
4	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18	5	4	5	4	18	5	4	5	14	5	3	4	3	15
5	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	5	5	4	14	3	3	3	3	12
6	4	5	4	4	17	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16	5	4	4	13	3	3	4	4	14
7	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18	5	4	4	4	17	5	5	5	15	4	4	4	5	17
8	3	4	4	4	15	4	3	4	4	15	4	4	4	3	15	4	5	3	12	4	3	4	4	15
9	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	3	3	12
10	4	3	4	3	14	5	5	5	4	19	4	3	3	3	13	4	4	4	12	4	3	3	4	14
11	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19	5	4	4	5	18	4	4	5	13	4	5	4	5	18
12	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	12	5	4	4	4	17
13	4	5	3	5	17	5	4	5	5	19	5	5	4	4	18	4	5	4	13	4	5	4	5	18
14	4	4	3	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	2	2	2	2	8
15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
17	4	5	5	4	18	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	4	4	5	13	5	5	5	5	20
18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
19	5	4	4	5	18	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17	5	5	5	15	5	4	4	5	18
20	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18	4	4	5	4	17	5	5	5	15	4	5	5	5	19
21	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
22	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	5	4	4	13	4	4	5	5	18
23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
24	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	5	4	4	13	4	4	4	5	17
25	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	5	5	4	14	4	4	4	4	16
26	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	5	5	4	14	4	4	4	4	16

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

**Kualitas Makanan (kudapan)/ Minuman (X<sub>1</sub>)**

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	12.12	1.946	0.569	0.339	0.612
X1_2	12.08	1.914	0.546	0.385	0.625
X1_3	12.15	2.615	0.252	0.084	0.771
X1_4	12.12	1.546	0.665	0.488	0.537

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.715	4

**Kualitas Layanan (X<sub>2</sub>)**

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	12.73	2.045	0.782	0.676	0.795
X2_2	12.85	2.375	0.65	0.524	0.849
X2_3	12.69	1.982	0.803	0.692	0.785
X2_4	12.73	2.445	0.618	0.504	0.861

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.863	4

**Harga/Price Fairness (X<sub>3</sub>)**

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3_1	12.308	1.982	0.442	0.272	0.811
X3_2	12.269	2.045	0.665	0.574	0.677
X3_3	12.269	2.125	0.602	0.564	0.708
X3_4	12.423	2.014	0.648	0.423	0.683

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.773	4

#### Lingkungan Kafe (X4)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4_1	8.500	0.820	0.667	0.459	0.480
X4_2	8.538	1.058	0.545	0.368	0.645
X4_3	8.654	1.115	0.450	0.230	0.750

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.727	3

#### Niat Beli (Y)

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_1	11.654	4.475	0.690	0.516	0.905
Y_2	11.808	4.002	0.788	0.646	0.872
Y_3	11.692	4.222	0.859	0.739	0.852
Y_4	11.462	3.698	0.814	0.693	0.865

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.903	4

### Hasil Uji Validitas

Faktor	Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1	1	0.569	0.349	VALID
	2	0.546	0.349	VALID
	3	0.252	0.349	TIDAK VALID
	4	0.665	0.349	VALID
X2	1	0.782	0.349	VALID
	2	0.650	0.349	VALID
	3	0.803	0.349	VALID
	4	0.618	0.349	VALID
X3	1	0.442	0.349	VALID
	2	0.665	0.349	VALID
	3	0.602	0.349	VALID
	4	0.648	0.349	VALID
X4	1	0.667	0.349	VALID
	2	0.545	0.349	VALID
	3	0.450	0.349	VALID
Y	1	0.690	0.349	VALID
	2	0.788	0.349	VALID
	3	0.859	0.349	VALID
	4	0.814	0.349	VALID

### Hasil Uji Reliabilitas

Faktor	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Standar Cronbach's Alpha	keterangan
X1	4	0.715	0.6	reliabel
X2	4	0.863		reliabel
X3	4	0.773		reliabel
X4	3	0.727		reliabel
Y	4	0.903		reliabel



Lampiran 4. Tabel r (*Product Moment*)

<b>Tabel r <i>Product Moment</i></b>											
<b>Pada Sig.0,05 (<i>Two Tail</i>)</b>											
N	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
<b>30</b>	<b>0.349</b>	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129



Lampiran 5. Data Penelitian

Kualitas Makanan (Kudapan)/Minuman			Total	Kualitas Layanan				Total	Harga/Price Fairness				Total	Lingkungan Kafe			Total	Niat Beli				Total
X1	X2	X3		X1	X2	X3	X4		X1	X2	X3	X4		X1	X2	X3		X1	X2	X3	X4	
4	3	4	11	4	4	4	3	15	3	5	4	3	15	4	5	3	12	3	2	4	4	13
4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	5	3	16	4	4	4	12	4	5	3	3	15
3	4	5	12	3	4	4	3	14	3	4	4	3	14	4	3	3	10	3	4	4	4	15
4	4	3	11	4	3	4	4	15	4	4	4	3	15	4	4	4	12	3	3	3	3	12
3	4	3	10	3	4	3	3	13	3	3	3	4	13	3	4	3	10	3	4	3	3	13
3	3	5	11	4	3	4	3	14	3	5	3	3	14	3	3	5	11	3	3	4	3	13
3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12
4	5	5	14	4	4	4	5	17	5	4	4	4	17	5	5	4	14	3	5	3	3	14
3	4	4	11	3	3	4	4	14	4	4	3	3	14	3	3	3	9	4	4	3	3	14
3	5	3	11	3	4	3	4	14	3	3	4	4	14	4	5	5	14	3	3	4	3	13
5	5	4	14	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	5	4	3	12	3	5	3	3	14
3	4	3	10	3	4	3	3	13	3	4	3	3	13	4	3	3	10	3	3	3	4	13
3	4	3	10	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15	4	3	3	10	3	4	3	3	13
3	3	5	11	4	3	3	4	14	4	4	3	3	14	3	5	3	11	3	3	4	3	13
4	4	4	12	3	4	5	3	15	3	5	3	4	15	4	4	4	12	3	4	3	4	14
2	4	2	8	2	4	3	2	11	4	4	3	3	14	2	4	3	9	2	2	3	3	10
4	4	4	12	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	4	5	4	13	4	3	3	4	14
4	5	3	12	3	5	5	4	17	4	4	5	4	17	4	3	3	10	3	4	4	3	14
4	5	3	12	4	4	4	3	15	3	4	4	5	16	5	4	5	14	3	5	3	3	14
3	4	3	10	3	3	3	3	12	5	5	5	4	19	3	4	3	10	3	3	3	4	13
4	3	3	10	3	3	3	3	12	3	5	5	4	17	4	3	3	10	3	4	3	3	13
3	4	4	11	3	4	4	3	14	4	5	5	5	19	5	3	3	11	4	4	3	3	14
4	3	3	10	3	4	3	3	13	4	4	4	4	16	5	4	4	13	2	3	4	4	13
3	4	3	10	2	3	4	4	13	4	5	5	2	16	4	4	5	13	4	4	3	2	13
4	3	3	10	4	3	3	3	13	5	5	4	4	18	4	3	4	11	3	3	4	3	13

2	5	4	11	4	4	2	3	13	5	4	4	4	17	4	4	4	12	2	5	4	2	13
4	3	3	10	3	2	5	3	13	4	4	4	4	16	4	4	3	11	3	3	3	4	13
4	4	2	10	3	4	3	3	13	4	5	4	3	16	3	4	4	11	3	3	4	3	13
3	4	3	10	3	4	4	2	13	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	4	3	3	13
2	5	2	9	3	3	3	3	12	3	4	4	4	15	4	2	5	11	4	4	2	2	12
4	4	4	12	4	4	3	3	14	5	5	5	3	18	4	5	4	13	3	5	3	3	14
3	5	2	10	3	3	4	3	13	4	5	3	4	16	4	4	4	12	2	2	4	5	13
3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	4	4	3	14	3	4	2	9	4	2	3	3	12
2	4	3	9	4	3	2	3	12	4	3	4	4	15	3	3	3	9	3	3	3	3	12
3	3	2	8	3	3	3	2	11	4	4	3	3	14	2	3	3	8	3	3	3	2	11
2	5	2	9	2	4	2	4	12	3	5	4	3	15	4	4	3	11	4	4	2	3	13
4	4	3	11	4	2	4	4	14	5	4	4	4	17	4	4	5	13	4	4	4	2	14
3	4	3	10	3	4	3	3	13	4	4	4	4	16	4	4	4	12	2	4	4	3	13
3	5	3	11	3	4	4	3	14	4	5	5	3	17	5	5	3	13	4	3	3	4	14
2	5	4	11	4	3	4	3	14	5	2	5	5	17	4	4	5	13	4	2	4	4	14
4	4	4	12	4	4	3	4	15	4	5	5	4	18	5	5	4	14	4	4	4	3	15
4	4	3	11	3	3	4	3	13	3	4	5	5	17	4	5	4	13	3	4	3	4	14
3	4	3	10	4	2	3	3	12	4	4	4	4	16	5	3	4	12	4	3	4	2	13
2	4	4	10	2	4	4	2	12	2	5	4	5	16	4	5	3	12	3	4	3	3	13
2	2	2	6	2	2	2	2	8	3	3	3	3	12	3	3	2	8	2	2	2	3	9
4	4	4	12	4	3	4	3	14	5	5	4	4	18	5	5	4	14	4	4	3	4	15
4	4	3	11	2	4	4	4	14	4	4	4	5	17	5	4	4	13	3	3	4	4	14
3	4	3	10	4	3	3	3	13	4	4	5	3	16	4	4	4	12	4	3	3	3	13
3	5	3	11	3	4	2	4	13	3	5	4	5	17	5	4	4	13	4	2	4	4	14
4	4	3	11	4	4	4	3	15	5	3	3	4	15	4	5	5	14	4	3	3	4	14
3	5	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	15	4	3	5	3	15
2	3	2	7	3	2	2	2	9	4	3	3	3	13	3	3	3	9	2	3	3	2	10
4	4	2	10	4	2	3	3	12	4	5	4	3	16	4	3	5	12	3	2	3	5	13
2	3	4	9	2	4	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	3	4	13
3	5	3	11	4	3	4	3	14	3	5	5	5	18	5	5	4	14	4	3	3	4	14
5	3	3	11	3	4	3	4	14	4	4	5	5	18	4	5	5	14	4	4	3	4	15
3	4	4	11	4	4	3	3	14	5	5	4	4	18	4	5	4	13	2	4	4	4	14
3	4	3	10	4	3	2	3	12	4	4	3	3	14	3	4	4	11	3	3	3	4	13

2	4	4	10	2	3	3	4	12	4	3	4	3	14	4	3	4	11	4	2	3	4	13
3	3	3	9	3	3	3	3	12	4	4	3	4	15	3	3	3	9	3	3	3	3	12
3	3	3	9	3	4	3	3	13	3	4	4	3	14	3	3	3	9	3	3	3	3	12
3	5	3	11	3	3	3	3	12	3	5	4	4	16	3	3	3	9	3	3	3	3	12
4	4	3	11	3	4	3	3	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	3	4	3	4	14
2	2	2	6	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	6	2	2	2	2	8
4	2	2	8	4	3	2	2	11	4	3	4	4	15	4	3	4	11	3	2	3	4	12
4	5	3	12	4	4	4	3	15	5	5	4	4	18	5	5	5	15	4	3	4	4	15
3	5	3	11	4	3	3	4	14	4	4	4	5	17	5	4	5	14	4	4	3	3	14
4	4	3	11	3	4	3	4	14	5	4	4	4	17	4	5	5	14	3	4	4	3	14
3	4	4	11	3	4	4	3	14	4	5	5	3	17	5	4	5	14	4	4	4	2	14
4	4	4	12	4	2	4	5	15	5	4	4	5	18	5	5	5	15	4	3	5	4	16
3	4	3	10	3	4	3	3	13	3	4	5	4	16	4	4	5	13	4	4	3	3	14
3	5	3	11	3	3	4	3	13	4	4	4	3	15	4	3	4	11	4	3	4	3	14
2	3	4	9	3	4	3	3	13	3	4	4	3	14	3	5	3	11	3	3	3	4	13
3	4	4	11	3	4	4	4	15	5	4	5	4	18	4	5	5	14	4	3	4	4	15
3	3	3	9	4	3	3	3	13	4	5	3	4	16	4	4	4	12	4	3	3	3	13
4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	5	5	4	14	4	3	4	4	15
3	3	4	10	4	4	3	3	14	4	4	4	4	16	4	5	3	12	3	3	4	3	13
4	4	3	11	3	3	3	4	13	5	4	4	4	17	4	5	4	13	4	3	3	4	14
2	4	3	9	3	3	4	3	13	4	5	3	4	16	4	4	4	12	4	2	3	4	13
3	5	2	10	4	4	3	2	13	3	3	5	5	16	4	3	5	12	3	3	3	4	13
4	4	3	11	3	4	3	3	13	4	5	4	3	16	4	4	4	12	3	4	3	3	13
3	3	3	9	3	2	3	3	11	4	3	3	4	14	3	3	3	9	3	3	3	3	12
4	4	3	11	3	3	4	3	13	3	4	5	4	16	3	4	4	11	4	3	3	4	14
3	5	4	12	4	3	3	4	14	5	4	3	5	17	4	5	4	13	4	3	4	3	14
4	4	4	12	3	4	4	3	14	4	4	5	5	18	4	4	5	13	5	3	3	3	14
3	3	3	9	3	3	3	2	11	4	3	4	3	14	3	5	3	11	3	3	3	3	12
4	4	3	11	4	3	3	3	13	4	4	4	5	17	4	4	3	11	4	2	4	4	14
2	4	4	10	4	2	3	3	12	4	4	4	3	15	4	4	4	12	3	3	4	3	13
4	3	3	10	3	3	3	3	12	3	3	5	4	15	4	4	4	12	3	3	3	4	13
4	4	4	12	3	3	4	4	14	4	4	5	4	17	5	5	4	14	4	4	4	3	15
3	4	4	11	3	3	3	3	12	3	4	4	5	16	4	4	4	12	3	3	3	4	13

2	3	4	9	2	3	3	3	11	4	5	3	3	15	4	3	4	11	3	3	3	3	12
3	5	3	11	3	4	3	3	13	5	4	4	4	17	4	4	5	13	3	4	4	3	14
4	4	4	12	4	3	4	3	14	5	4	4	5	18	5	5	4	14	4	4	3	4	15
3	5	4	12	4	4	3	3	14	3	5	5	5	18	5	4	5	14	4	3	4	4	15
4	4	2	10	2	4	4	2	12	3	4	4	5	16	3	5	4	12	3	3	3	3	12
3	2	3	8	2	2	3	3	10	2	4	4	4	14	2	4	4	10	2	3	3	3	11
4	4	4	12	3	4	3	4	14	4	4	5	5	18	4	5	5	14	3	3	4	4	14
3	4	4	11	3	4	3	3	13	4	5	4	4	17	4	5	4	13	3	3	3	4	13
3	4	3	10	5	3	3	4	15	5	5	4	5	19	5	5	5	15	5	2	5	4	16
5	5	2	12	4	4	3	3	14	4	4	5	5	18	4	5	5	14	4	4	3	3	14
3	5	3	11	3	3	4	3	13	4	4	5	4	17	5	3	5	13	5	3	3	3	14
3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12
4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	3	11	3	4	4	3	14	4	3	4	3	14	5	3	3	11	3	4	3	3	13
3	5	5	13	4	4	3	4	15	5	5	4	5	19	5	5	5	15	5	4	3	4	16
3	3	2	8	2	3	3	2	10	4	4	3	3	14	2	3	3	8	3	2	2	3	10
4	4	3	11	4	4	3	3	14	4	3	4	3	14	3	5	3	11	3	4	3	3	13
4	4	4	12	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	4	4	4	16
3	5	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12
3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12
5	4	3	12	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17	4	4	5	13	3	5	3	4	15
2	4	5	11	4	4	3	5	16	5	3	4	3	15	4	5	3	12	4	3	4	3	14
3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12
4	5	5	14	5	5	4	4	18	4	5	4	3	16	5	3	4	12	3	5	3	4	15
3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12
4	4	3	11	4	5	3	3	15	4	3	5	3	15	4	4	3	11	4	3	3	3	13
2	4	2	8	4	3	4	4	15	2	4	4	3	13	2	4	4	10	3	3	2	3	11
4	4	4	12	4	4	5	5	18	4	3	5	5	17	4	4	4	12	3	4	4	4	15
3	5	3	11	3	3	3	4	13	4	4	4	5	17	4	4	5	13	3	3	4	4	14

Lampiran 6. Statistik Deskriptif

## Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Makanan / Minuman	120	6	14	1261	10.51	1.432
Kualitas Layanan	120	8	18	1609	13.41	1.808
<i>Price Fairness</i>	120	8	20	1894	15.78	1.915
Lingkungan Kafe	120	6	15	1411	11.76	1.847
Niat Beli	120	8	16	1598	13.32	1.378
Valid N (listwise)	120					

Lampiran 7. Karakteristik responden

**Frequencies**

**Frequency Table**

**Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 17 Tahun	18	15.0	15.0	15.0
17-25 Tahun	72	60.0	60.0	75.0
26-34 Tahun	26	21.7	21.7	96.7
> 34 Tahun	4	3.3	3.3	100.0
Total	120	100.0	100.0	

**Jenis\_Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	69	57.5	57.5	57.5
Perempuan	51	42.5	42.5	100.0
Total	120	100.0	100.0	

**Pekerjaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/Mahasiswa	70	58.3	58.3	58.3
PNS	3	2.5	2.5	60.8
Swasta	25	20.8	20.8	81.7
Lain-Lain	22	18.3	18.3	100.0
Total	120	100.0	100.0	

**Pendapatan\_PerBulan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 1.000.000	31	25.8	25.8	25.8
Rp. 1.000.000-3.000.000	47	39.2	39.2	65.0
Rp. 3.000.000-5.000.000	29	24.2	24.2	89.2
> Rp. 5.000.000	13	10.8	10.8	100.0
Total	120	100.0	100.0	

Lampiran 8. Uji Regresi

**Regression**

Variables Entered/Removed(b)			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTAL_X4		Enter
	TOTAL_X3		
	TOTAL_X2		
	TOTAL_X1(a)		
a	All requested variables entered.		
b	Dependent Variable: TOTAL_Y		

Model Summary(b)				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.908	0.825	0.819	0.587
a	Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1			
b	Dependent Variable: TOTAL_Y			

ANOVA(b)						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	186.350	4	46.587	135.233	0.000
	Residual	39.617	115	0.344		
	Total	225.967	119			
a	Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1					
b	Dependent Variable: TOTAL_Y					

Coefficients(a)						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.788	0.492		5.673	0.000
	TOTAL_X1	0.320	0.077	0.333	4.186	0.000
	TOTAL_X2	0.182	0.053	0.238	3.413	0.001
	TOTAL_X3	0.168	0.045	0.234	3.750	0.000
	TOTAL_X4	0.176	0.049	0.236	3.613	0.000
a	Dependent Variable: TOTAL_Y					



Lampiran 8. Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 9. Tabel f

df (N2)=n-k df untuk penyebut (N2)	Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05														
	df untuk pembilang (N1) df (N1)=k-1														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74