

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab lima ini penulis akan membuat suatu kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, serta saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi pihak pemasar dalam perancangan strategi periklanan bagi perusahaan.

V.1. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis persentase dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. Mayoritas responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah laki-laki yaitu sebanyak 68,7%.
 - b. Mayoritas responden yang menjadi obyek dalam penelitian ini berusia 26 sampai 35 tahun yaitu sebesar 50,7%.
 - c. Mayoritas responden yang menjadi obyek dalam penelitian ini berpendidikan terakhir SLTA atau sederajat yaitu sebesar 62,0%.
 - d. Mayoritas responden yang menjadi obyek dalam penelitian ini memiliki pendapatan antara Rp. 1.000.000,- sampai dengan Rp. 2.000.000,- yaitu sebesar 36,7%.
2. Hasil analisis regresi secara simultan dapat diketahui bahwa periklanan pada media televisi memberikan pengaruh yang nyata terhadap persepsi konsumen. Besar pengaruh periklanan pada media televisi secara simultan terhadap persepsi konsumen pada periklanan di media televisi sebesar 74%.

3. Hasil analisis regresi secara parsial dapat diketahui bahwa masing-masing dari faktor informasi tentang pasar, keyakinan dalam melakukan pembelian, kesesuaian nilai, dan manipulasi pemirsa, merupakan faktor dari periklanan yang berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi konsumen. Dari hasil analisis regresi secara parsial dapat pula diketahui bahwa faktor informasi tentang pasar, keyakinan dalam melakukan pembelian, informasi tentang imej sosial, nilai hiburan, kesesuaian nilai, pengaruh ekonomi, dukungan terhadap siaran TV, memiliki pengaruh positif terhadap persepsi konsumen, sedangkan faktor materialisme, pengaruh terhadap anak-anak, dan manipulasi pemirsa memiliki pengaruh yang negatif terhadap persepsi konsumen terhadap periklanan di media televisi.
4. Hasil analisis uji beda berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan persepsi konsumen mengenai periklanan di media televisi yaitu pada faktor informasi tentang pasar, dan faktor informasi tentang imej sosial antara laki-laki dan perempuan. Untuk faktor yang lainnya yaitu faktor persepsi konsumen secara umum, keyakinan dalam melakukan pembelian, nilai hiburan, materialisme, kesesuaian nilai, pengaruh terhadap anak-anak, pengaruh ekonomi, dukungan terhadap siaran TV, manipulasi pemirsa, tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen ditinjau dari perbedaan jenis kelamin.
5. Hasil analisis uji beda berdasarkan usia dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen pada faktor informasi tentang pasar, keyakinan dalam melakukan pembelian, informasi tentang imej sosial, nilai hiburan, materialisme, kesesuaian nilai, pengaruh terhadap anak-anak, pengaruh

ekonomi, dukungan terhadap siaran TV, manipulasi pemirsa, maupun pada persepsi konsumen secara umum tentang periklanan di media televisi.

6. Hasil analisis uji beda berdasarkan tingkat pendidikan dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan persepsi konsumen pada faktor informasi tentang pasar, dan faktor informasi tentang imej sosial antara konsumen dengan pendidikan SD/SLTP dan konsumen yang berpendidikan SLTA/Sederajat. Untuk faktor yang lainnya yaitu faktor persepsi konsumen secara umum, keyakinan dalam melakukan pembelian, nilai hiburan, materialisme, kesesuaian nilai, pengaruh terhadap anak-anak, pengaruh ekonomi, dukungan terhadap siaran TV, manipulasi pemirsa, tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen ditinjau dari perbedaan tingkat pendidikan.
7. Hasil analisis uji beda berdasarkan tingkat pendapatan dapat diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan persepsi konsumen pada faktor informasi tentang pasar, keyakinan dalam melakukan pembelian, informasi tentang imej sosial, nilai hiburan, materialisme, kesesuaian nilai, pengaruh terhadap anak-anak, pengaruh ekonomi, dukungan terhadap siaran TV, manipulasi pemirsa, maupun pada persepsi konsumen secara umum tentang periklanan di media televisi.

V.2. Saran

Dengan mendasarkan pada hasil analisis data dan kesimpulan di atas maka penulis memberikan saran kepada pihak pemasar atau biro iklan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa faktor materialisme memiliki pengaruh yang negatif dengan persepsi konsumen tentang periklanan di media televisi. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan iklan yang ditayangkan di televisi bertujuan untuk membujuk pemirsa untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan pemasar. Hal ini menjadikan iklan yang bersangkutan mendapat *image* negatif dari pemirsa. Berdasarkan hal tersebut maka pihak pemasar harus dapat memperbaiki *image* iklan atas produk atau jasa yang ditayangkan melalui televisi. Pihak pemasar harus lebih realistis dalam menyampaikan isi atau pesan dari iklan yang ditayangkan.
2. Hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa iklan yang ditayangkan di televisi banyak mengambil keuntungan yang tidak pantas dari anak-anak. Berdasarkan hal tersebut maka baik bagi pihak manajemen pemasar untuk memperhatikan etika dalam beriklan terutama yang berkaitan atau berhubungan dengan anak-anak.
3. Iklan yang ditayangkan di televisi banyak yang tidak sesuai dengan kenyataannya (*manipulasi*). Berdasarkan hal tersebut maka pihak pemasar harus lebih realistis dalam menayangkan iklan baik dari sisi informasi yang diberikan bagi pemirsa terutama atas kinerja produk atau jasa yang dijualnya. Hal ini dengan tujuan agar pemirsa tidak merasa dibohongi, karena kinerja produk atau jasa yang diharapkan jauh dari yang dirasakan konsumen.
4. Hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa faktor informasi tentang pasar memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi konsumen pada iklan di media televisi. Berdasarkan hal tersebut maka pihak manajemen pemasar

harus dapat memberikan informasi yang lebih detail mengenai produk atau jasa yang dijual (tempat, harga, karakteristik produk, dan lain sebagainya) kepada konsumen. Hal ini dengan tujuan agar konsumen dapat memperoleh informasi dengan lengkap atas produk atau jasa yang ditawarkan pemasar melalui iklan di media televisi.

5. Hasil analisis regresi dapat diketahui bahwa faktor keyakinan dalam melakukan pembelian memiliki pengaruh yang positif terhadap persepsi konsumen pada iklan di media televisi. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pemasar untuk memberikan informasi mengenai kualitas, harga, dan manfaat barang pada konsumen. Hal ini dengan tujuan agar konsumen dapat memilih produk yang sesuai dengan kebutuhannya, atau dengan kata lain konsumen merasa yakin bahwa ia telah melakukan hal yang tepat dengan memilih suatu produk atau jasa yang ditawarkan melalui iklan di media televisi.
6. Selain untuk memberikan informasi kepada konsumen, suatu iklan juga bertujuan untuk meningkatkan minat beli pada produk atau jasa yang ditawarkan, suatu iklan juga dapat digunakan untuk membawa pesan sosial dan budaya bagi konsumen. Berdasarkan hal tersebut maka pihak pemasar harus mampu membuat suatu desain iklan yang baik, dimana iklan yang baik tersebut harus menyertakan budaya maupun norma yang berlaku secara umum di masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Assad, Henry. 1995. *Consumer Behavior and Marketing Action*, 5th Edition, Cincennati: South Western College Publising.
- Atmaja, Lukas Y.S. 1992. *Statistik Induktif dalam Praktek*, Edisi I, Cetakan II, Erlangga Jakarta.
- Dajan, Anto. 1991. *Pengantar Metode Statistik*, Jilid II, LP3ES, Jakarta.
- Guitinan, Joseph P. and Gordon W. Paul. 1997. *Marketing Management: Strategies and Problems*, 6th edition, Mc Graw Hill.
- Hadi, Sutrisno. 1976. *Cara Menghitung Validitas, Reliabilitas, dan Analisis Item dan Teknik Korelasi*, BPFE UGM Yogyakarta.
- Hadi, Sutrisno. 1991. *Analisis Butir untuk Instrumen*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan*, PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Kompas, 6 Oktober 2003.
- Kotler, Philip. 1995. *Manajemen Pemasaran: Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid I, Edisi VIII, Alih Bahasa Ancella Anitawati Hermawan, Penerbit Salemba 4, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1993. *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control*, Alih bahasa Adi Zakaria, Edisi VII, Lembaga Penerbit FEUI, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 1995. *Dasar dasar Pemasaran*, Jilid I, Edisi VI, Penerbit Inter Media, Jakarta.
- Mittal, Banwari. 1984. *Journal of Advertising Research: Public Assesment of TV Advertising*.
- Sugiyono. 1993. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan I, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 1993. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan II, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.

- Supranto, J.M.A. 1993. *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*, Edisi V, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- Stanton J. Walker. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Buku I, Edisi Indonesia, Penerbit Salemba, Jakarta.
- Swastha, Basu Dh. dan T. Hani Handoko. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis Prilaku Konsumen*, Edisi I, BPFE, Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 1985. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi II, Liberty Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Thoha, M. 1996. *Dasar dasar Pemasaran*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Universitas Atma Jaya Yogyakarta. *Pengantar Metodologi Penelitian*, Pusat Penelitian Unika Atma Jaya, Jakarta.



LAMPIRAN I

KUISIONER

KUESIONER

Kepada Yth.

Para Responden

Di tempat

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Suryo Utomo

No. Mhs : 08115

Adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta,
Program Studi Manajemen Strata I.

Sebelumnya, saya sebagai peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Adapun kuesioner ini semata mata hanya digunakan untuk mendapatkan data tanggapan responden guna membantu penelitian dalam menyusun skripsi dengan judul "PENGARUH PERIKLANAN PADA MEDIA TELEVISI TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN YANG DITINJAU DARI FAKTOR DEMOGRAFIS" sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih atas perhatian dan bantuan yang diberikan responden.

Hormat Saya

(Suryo Utomo)

BAGIAN I

- Pada bagian ini berisi data pribadi responden:

Nama responden: (boleh diisi/tidak)

- Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (X):

1. Jenis Kelamin Anda

- Laki laki
 Perempuan

2. Usia Anda

- ≤ 17 tahun
 17 – 25 tahun
 26 – 35 tahun
 diatas 35 tahun

3. Tingkat Pendidikan Anda

- SD/SLTP
 SLTA/sederajat
 Perguruan Tinggi

4. Tingkat Pendapatan

- < Rp. 1.000.000,-
 Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 2.000.000,-
 Rp. 2.000.000,- s/d Rp. 3.000.000,-
 > Rp. 3.000.000,-

BAGIAN II

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pendapat umum/persepsi konsumen tentang periklanan di media televisi adalah:

1. Iklan di televisi saudara anggap perlu
 SS S R TS STS
2. Iklan di televisi saudara anggap penting
 SS S R TS STS
3. Iklan di televisi saudara anggap baik
 SS S R TS STS
4. Iklan di televisi saudara sukai
 SS S R TS STS

BAGIAN III

Pada bagian ini responden diminta untuk memilih salah satu jawaban yang telah tersedia dengan memberi tanda silang (X):

- A. Pernyataan mengenai informasi tentang pasar
 1. Iklan memberikan informasi tentang penjualan lokal
 SS S R TS STS
 2. Iklan memberikan informasi tentang karakteristik merek yang diinginkan
 SS S R TS STS
 3. Iklan memberikan informasi tentang produk yang tersedia di pasar
 SS S R TS STS
- B. Pernyataan mengenai keyakinan dalam melakukan pembelian
 1. Kepercayaan lebih pada produk yang diiklankan di televisi daripada yang tidak diiklankan di televisi
 SS S R TS STS
 2. Iklan membantu dalam membeli merek terbaik untuk harga tertentu
 SS S R TS STS
 3. Iklan memudahkan keputusan pembelian
 SS S R TS STS

C. Pernyataan mengenai informasi tentang imej sosial

1. Iklan memberikan informasi tentang apa yang sebaiknya dibeli dan dipakai

SS S R TS STS

2. Iklan memberikan informasi produk yang dapat memperlihatkan imej seseorang

SS S R TS STS

3. Iklan memberikan informasi tentang fashion untuk menjaga imej sosial yang baik

SS S R TS STS

D. Pernyataan mengenai nilai hiburan

1. Iklan memberikan hiburan

SS S R TS STS

2. Iklan membuat perasaan senang

SS S R TS STS

3. Iklan lebih menyenangkan daripada acara televisi

SS S R TS STS

E. Pernyataan mengenai materialisme

1. Iklan menciptakan masyarakat yang materialistis (R)

SS S R TS STS

2. Iklan membuat orang membeli produk hanya untuk pamer (R)

SS S R TS STS

3. Iklan membuat orang hidup dalam angan-angan (R)

SS S R TS STS

F. Pernyataan mengenai kesesuaian nilai

1. Iklan menggambarkan nilai dan keyakinan yang dimiliki pemirsa

SS S R TS STS

2. Iklan berdasarkan pada ide dan nilai-nilai yang bertentangan dengan nilai-nilai yang dimiliki oleh pemirsa (R)

SS S R TS STS

3. Terlalu banyak seks dalam iklan di televisi (R)

SS S R TS STS

G. Pernyataan mengenai pengaruh terhadap anak-anak

1. Iklan mengambil keuntungan yang tidak pantas dari anak-anak (R)

SS S R TS STS

2. Iklan menuntun anak-anak melakukan permintaan pembelian yang tidak masuk akal pada orang tuanya (R)

SS S R TS STS

3. Iklan berperan penting dalam mendidik anak-anak tentang produk yang baik untuk mereka

SS S R TS STS

H. Pernyataan mengenai pengaruh ekonomi

1. Iklan meningkatkan taraf hidup

SS S R TS STS

2. Iklan meningkatkan ongkos produk (R)

SS S R TS STS

3. Lebih baik berinvestasi di iklan untuk memperbaiki produk

SS S R TS STS

4. Jika iklan dikurangi, konsumen akan lebih baik (R)

SS S R TS STS

I. Pernyataan mengenai dukungan terhadap siaran televisi

1. Iklan dibutuhkan untuk mendukung pemrograman televisi

SS S R TS STS

J. Pernyataan mengenai manipulasi pemirsa

1. Iklan membuat orang membeli produk yang tidak dibutuhkan (R)

SS S R TS STS

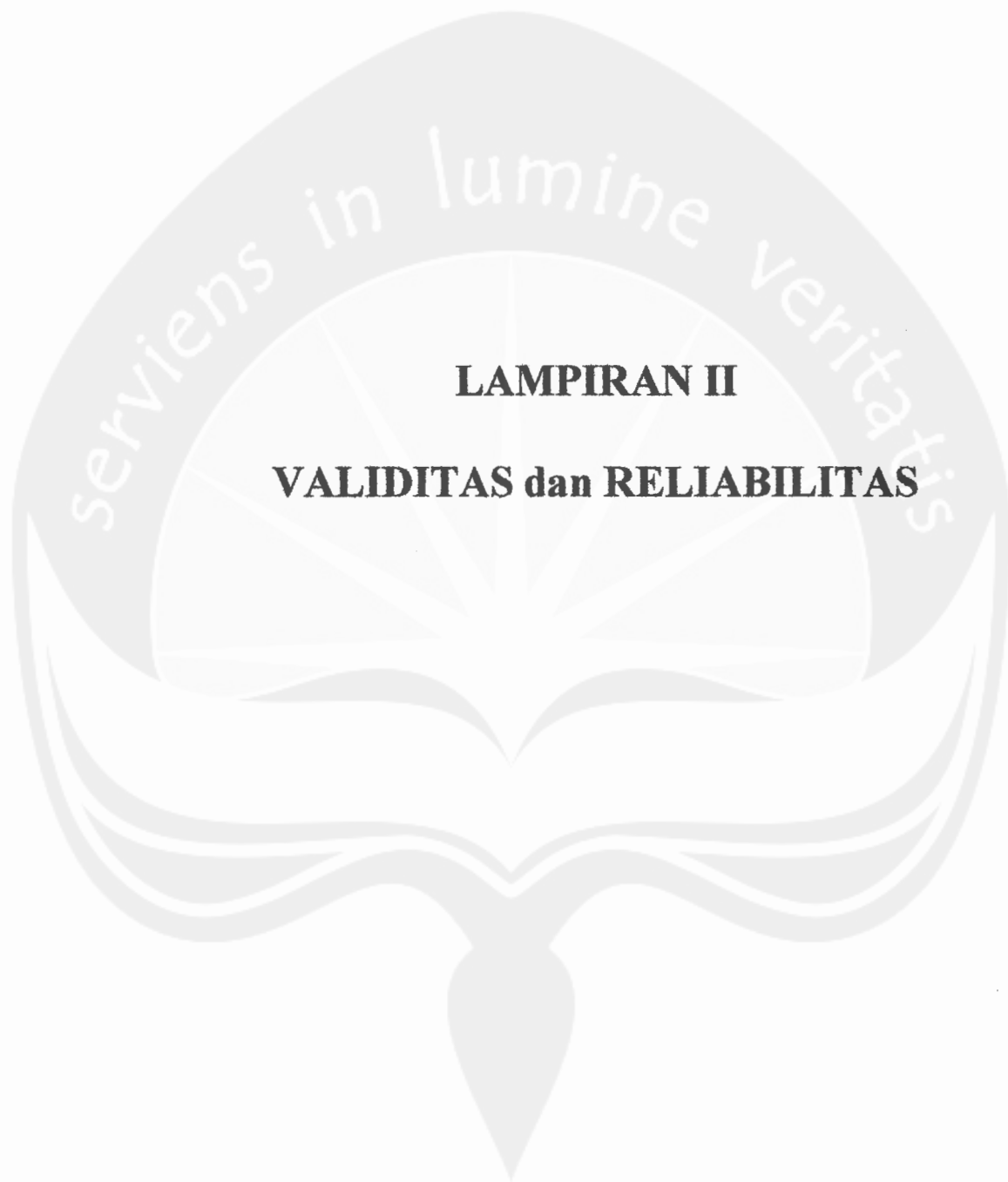
2. Iklan membuat orang membeli sesuatu dengan mudahnya (R)

SS S R TS STS

3. Iklan membujuk orang untuk membeli suatu produk (R)

SS S R TS STS





LAMPIRAN II

VALIDITAS dan RELIABILITAS

Persepsi konsumen

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
,760	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
pend_1	11,10	2,921	,457	,754
pend_2	11,07	2,478	,576	,694
pend_3	11,07	2,409	,722	,628
pend_4	11,27	1,926	,563	,732

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14,83	4,006	2,001	4

Periklanan

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

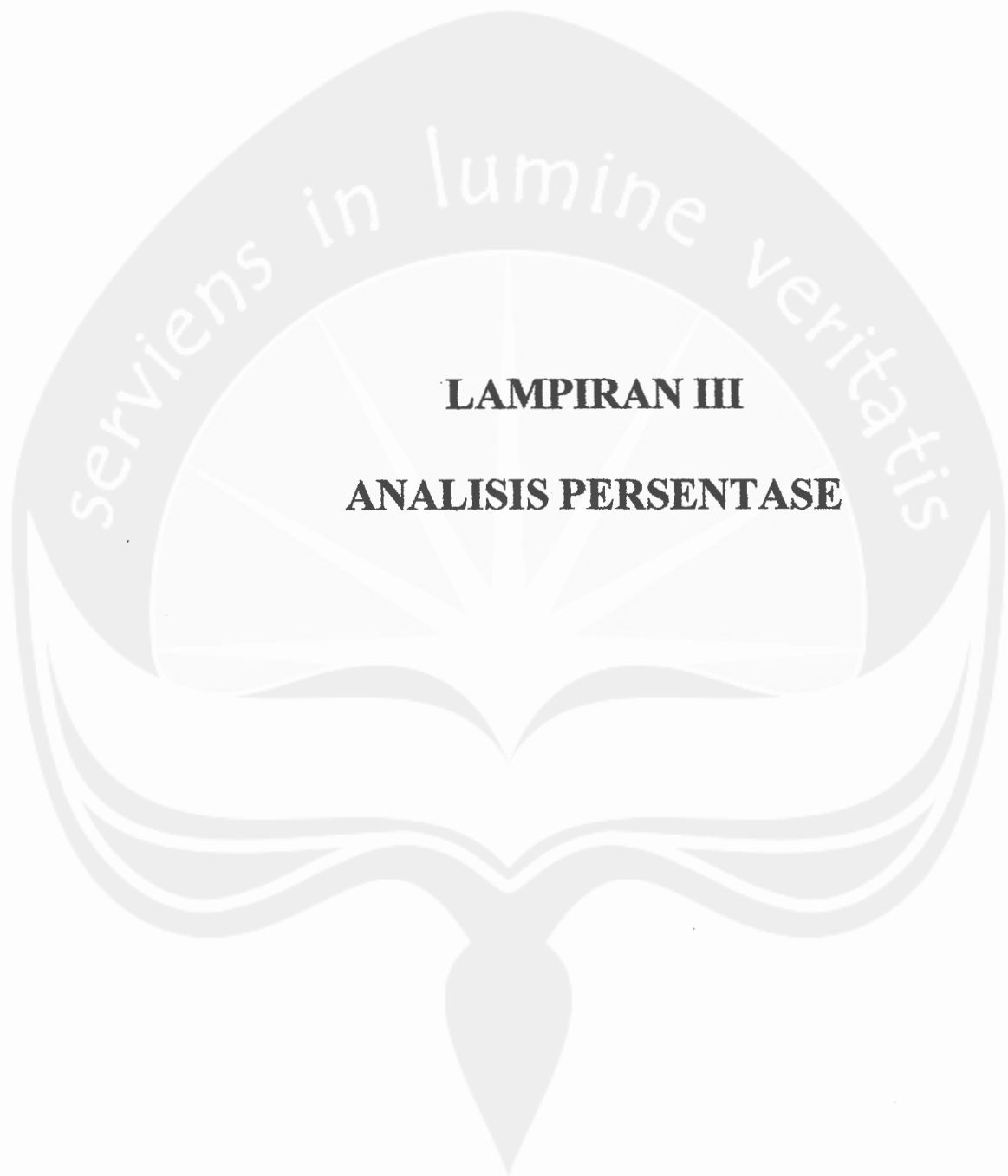
Cronbach's Alpha	N of Items
,942	29

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
info_1	96,47	202,602	,497	,941
info_2	96,37	202,309	,492	,941
info_3	96,43	203,633	,403	,942
yakin_1	96,47	200,878	,598	,940
yakin_2	96,73	195,995	,598	,940
yakin_3	96,63	199,757	,552	,941
imej_1	96,67	197,885	,606	,940
imej_2	96,47	202,464	,461	,942
imej_3	96,43	203,633	,403	,942
hibur_1	96,57	198,461	,616	,940
hibur_2	96,57	197,289	,513	,941
hibur_3	96,47	201,361	,570	,941
materi_1	96,73	198,133	,696	,940
materi_2	96,97	190,240	,708	,939
materi_3	96,73	192,340	,751	,938
nilai_1	96,60	197,283	,727	,939
nilai_2	96,83	193,523	,565	,941
nilai_3	96,77	195,289	,577	,941
anak_1	96,37	202,309	,492	,941
anak_2	96,57	197,289	,513	,941
anak_3	96,57	197,289	,513	,941
ekon_1	96,73	197,513	,676	,940
ekon_2	96,90	195,334	,599	,940
ekon_3	96,80	195,269	,711	,939
ekon_4	96,90	194,714	,654	,940
dukung	96,57	196,461	,633	,940
manip_1	96,73	196,133	,657	,940
manip_2	96,93	193,237	,614	,940
manip_3	96,83	195,799	,656	,940

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
100,10	211,679	14,549	29



LAMPIRAN III

ANALISIS PERSENTASE

Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	103	68,7	68,7	68,7
	Perempuan	47	31,3	31,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Usia

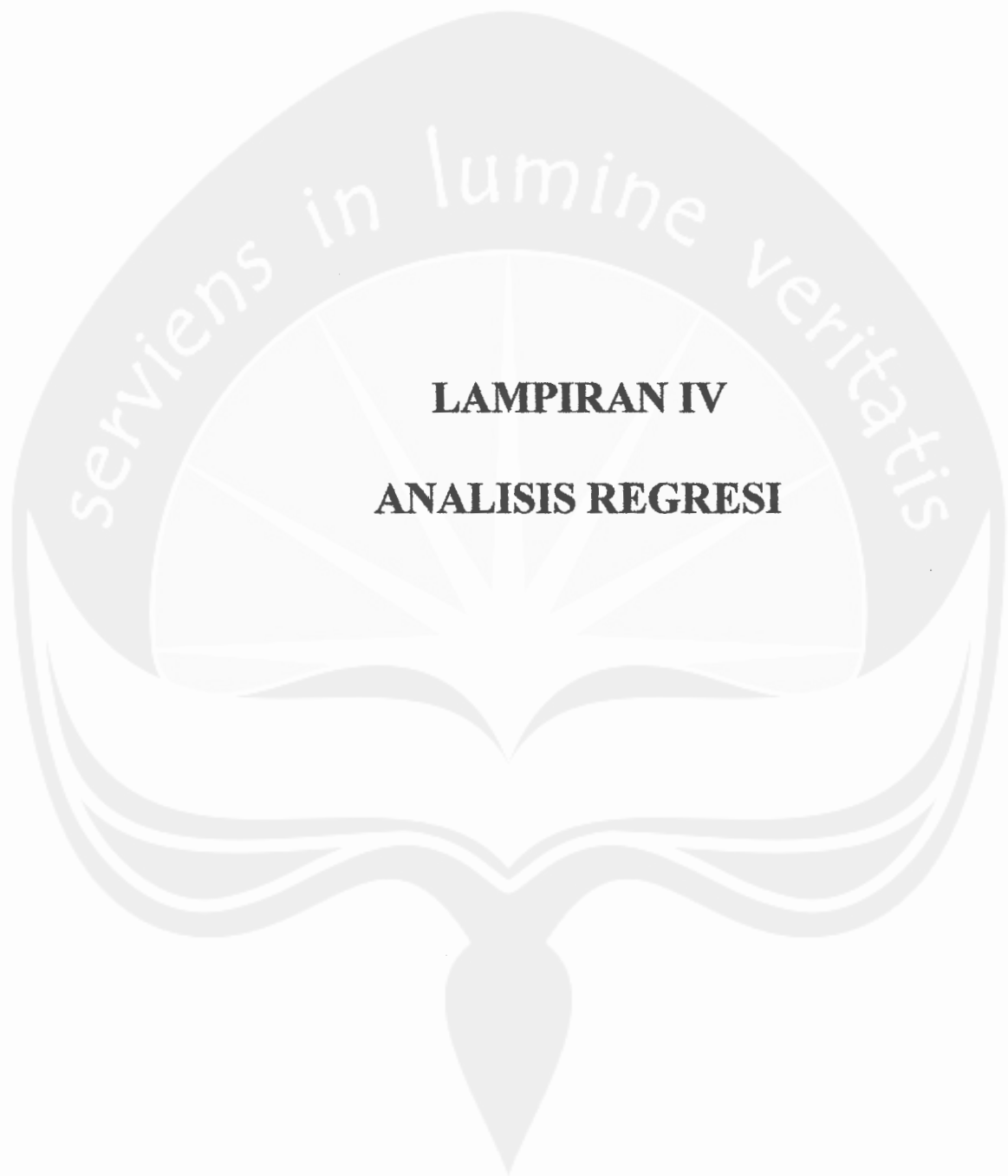
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 25 tahun	9	6,0	6,0	6,0
	26 - 35 tahun	76	50,7	50,7	56,7
	Diatas 35 tahun	65	43,3	43,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Tingkat pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD/SLPT	2	1,3	1,3	1,3
	SLTA/Sederajat	93	62,0	62,0	63,3
	Perguruan Tinggi	55	36,7	36,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

Tingkat pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> Rp. 1.000.000	34	22,7	22,7	22,7
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	55	36,7	36,7	59,3
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	32	21,3	21,3	80,7
	> Rp. 3.000.000	29	19,3	19,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	



LAMPIRAN IV
ANALISIS REGRESI

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Manipulasi pemirsa, Informasi tentang pasar, Dukungan terhadap siaran TV, Pengaruh ekonomi, Keyakinan dalam melakukan pembelian, Materialisme, Pengaruh terhadap anak-anak, Informasi tentang imej sosial, Kesesuaian nilai, Nilai hiburan ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Pendapatan umum pemirsa

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,870 ^a	,758	,740	,26722

a. Predictors: (Constant), Manipulasi pemirsa, Informasi tentang pasar, Dukungan terhadap siaran TV, Pengaruh ekonomi, Keyakinan dalam melakukan pembelian, Materialisme, Pengaruh terhadap anak-anak, Informasi tentang imej sosial, Kesesuaian nilai, Nilai hiburan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31,036	10	3,104	43,464	,000 ^a
	Residual	9,926	139	,071		
	Total	40,962	149			


a. Predictors: (Constant), Manipulasi pemirsa, Informasi tentang pasar, Dukungan terhadap siaran TV, Pengaruh ekonomi, Keyakinan dalam melakukan pembelian, Materialisme, Pengaruh terhadap anak-anak, Informasi tentang imej sosial, Kesesuaian nilai, Nilai hiburan

b. Dependent Variable: Pendapatan umum pemirsa

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,203	,272		4,414	,000
	Informasi tentang pasar	,298	,090	,291	3,326	,001
	Keyakinan dalam melakukan pembelian	,472	,225	,495	2,097	,038
	Informasi tentang imej sosial	,087	,117	,085	,741	,460
	Nilai hiburan	,071	,233	,074	,305	,761
	Materialisme	-,056	,065	-,083	-,858	,392
	Kesesuaian nilai	,219	,085	,386	2,586	,011
	Pengaruh terhadap anak-anak	-,105	,082	-,148	-1,279	,203
	Pengaruh ekonomi	,030	,040	,045	,739	,461
	Dukungan terhadap siaran TV	,039	,065	,070	,599	,550
	Manipulasi pemirsa	-,373	,102	-,635	-3,655	,000

a. Dependent Variable: Pendapat umum pemirsa



serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN V

INDEPENDENT SAMPLE T-TEST

BERDASARKAN JENIS KELAMIN

T-Test

Group Statistics

	Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pendapat umum pemirsa	Laki-laki	103	3,7524	,53378	,05259
	Perempuan	47	3,5904	,49019	,07150
Informasi tentang pasar	Laki-laki	103	3,6278	,50337	,04960
	Perempuan	47	3,4043	,50090	,07306
Keyakinan dalam melakukan pembelian	Laki-laki	103	3,6149	,54584	,05378
	Perempuan	47	3,4610	,54972	,08018
Informasi tentang imej sosial	Laki-laki	103	3,6214	,51986	,05122
	Perempuan	47	3,4397	,47704	,06958
Nilai hiburan	Laki-laki	103	3,6246	,54768	,05396
	Perempuan	47	3,4965	,55112	,08039
Materialisme	Laki-laki	103	3,4369	,80714	,07953
	Perempuan	47	3,4113	,69925	,10200
Kesesuaian nilai	Laki-laki	103	3,3301	,92825	,09146
	Perempuan	47	3,4610	,91829	,13395
Pengaruh terhadap anak-anak	Laki-laki	103	3,5631	,74394	,07330
	Perempuan	47	3,3617	,70138	,10231
Pengaruh ekonomi	Laki-laki	103	3,6092	,83039	,08182
	Perempuan	47	3,6277	,72583	,10587
Dukungan terhadap siaran TV	Laki-laki	103	3,5825	,96532	,09512
	Perempuan	47	3,3617	,89505	,13056
Manipulasi pemirsa	Laki-laki	103	3,2816	,91794	,09045
	Perempuan	47	3,3262	,84124	,12271

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Pendapat umum pemirsa	Equal variances assumed	,248	,619
	Equal variances not assumed		
Informasi tentang pasar	Equal variances assumed	,373	,542
	Equal variances not assumed		
Keyakinan dalam melakukan pembelian	Equal variances assumed	,360	,549
	Equal variances not assumed		
Informasi tentang imej sosial	Equal variances assumed	,103	,749
	Equal variances not assumed		
Nilai hiburan	Equal variances assumed	,433	,511
	Equal variances not assumed		
Materialisme	Equal variances assumed	1,998	,160
	Equal variances not assumed		
Kesesuaian nilai	Equal variances assumed	,013	,909
	Equal variances not assumed		
Pengaruh terhadap anak-anak	Equal variances assumed	,447	,505
	Equal variances not assumed		
Pengaruh ekonomi	Equal variances assumed	2,052	,154
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	
		F	Sig.
Dukungan terhadap siaran TV	Equal variances assumed	,396	,530
	Equal variances not assumed		
Manipulasi pemirsa	Equal variances assumed	,370	,544
	Equal variances not assumed		

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
Pendapat umum pemirsa	Equal variances assumed	1,768	148	,079	,16200
	Equal variances not assumed	1,825	96,504	,071	,16200
Informasi tentang pasar	Equal variances assumed	2,527	148	,013	,22358
	Equal variances not assumed	2,532	89,584	,013	,22358
Keyakinan dalam melakukan pembelian	Equal variances assumed	1,598	148	,112	,15389
	Equal variances not assumed	1,594	88,613	,115	,15389
Informasi tentang imej sosial	Equal variances assumed	2,036	148	,044	,18164
	Equal variances not assumed	2,102	96,575	,038	,18164
Nilai hiburan	Equal variances assumed	1,327	148	,187	,12814
	Equal variances not assumed	1,323	88,679	,189	,12814
Materialisme	Equal variances assumed	,187	148	,852	,02555
	Equal variances not assumed	,198	101,944	,844	,02555
Kesesuaian nilai	Equal variances assumed	-,804	148	,423	-,13090
	Equal variances not assumed	-,807	90,066	,422	-,13090
Pengaruh terhadap anak-anak	Equal variances assumed	1,565	148	,120	,20140
	Equal variances not assumed	1,600	94,161	,113	,20140
Pengaruh ekonomi	Equal variances assumed	-,131	148	,896	-,01844
	Equal variances not assumed	-,138	101,093	,891	-,01844

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means			
		t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
Dukungan terhadap siaran TV	Equal variances assumed	1,329	148	,186	,22082
	Equal variances not assumed	1,367	95,640	,175	,22082
Manipulasi pemirsa	Equal variances assumed	-,284	148	,777	-,04469
	Equal variances not assumed	-,293	96,692	,770	-,04469

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
Pendapat umum pemirsa	Equal variances assumed	,09164	-,01910	,34310
	Equal variances not assumed	,08876	-,01418	,33818
Informasi tentang pasar	Equal variances assumed	,08847	,04875	,39841
	Equal variances not assumed	,08831	,04813	,39903
Keyakinan dalam melakukan pembelian	Equal variances assumed	,09630	-,03640	,34419
	Equal variances not assumed	,09655	-,03796	,34575
Informasi tentang imej sosial	Equal variances assumed	,08924	,00530	,35798
	Equal variances not assumed	,08640	,01014	,35314
Nilai hiburan	Equal variances assumed	,09659	-,06274	,31903
	Equal variances not assumed	,09682	-,06425	,32053
Materialisme	Equal variances assumed	,13646	-,24411	,29521
	Equal variances not assumed	,12934	-,23100	,28209
Kesesuaian nilai	Equal variances assumed	,16285	-,45271	,19092
	Equal variances not assumed	,16219	-,45312	,19133
Pengaruh terhadap anak-anak	Equal variances assumed	,12867	-,05286	,45567
	Equal variances not assumed	,12586	-,04848	,45129
Pengaruh ekonomi	Equal variances assumed	,14071	-,29649	,25962
	Equal variances not assumed	,13380	-,28387	,24699

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
Dukungan terhadap siaran TV	Equal variances assumed	,16618	-,10756	,54921
	Equal variances not assumed	,16153	-,09983	,54147
Manipulasi pemirsa	Equal variances assumed	,15751	-,35594	,26657
	Equal variances not assumed	,15244	-,34725	,25787



LAMPIRAN VI

ONE WAY ANOVA

BERDASARKAN USIA

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Pendapat umum pemirsa	17 - 25 tahun	9	3,7500	,35355	,11785
	26 - 35 tahun	76	3,7171	,51695	,05930
	Diatas 35 tahun	65	3,6769	,55678	,06906
	Total	150	3,7017	,52432	,04281
Informasi tentang pasar	17 - 25 tahun	9	3,7778	,44096	,14699
	26 - 35 tahun	76	3,4868	,48820	,05600
	Diatas 35 tahun	65	3,6103	,53868	,06681
	Total	150	3,5578	,51161	,04177
Keyakinan dalam melakukan pembelian	17 - 25 tahun	9	3,3704	,61111	,20370
	26 - 35 tahun	76	3,6096	,53993	,06193
	Diatas 35 tahun	65	3,5436	,55456	,06878
	Total	150	3,5667	,54990	,04490
Informasi tentang imej sosial	17 - 25 tahun	9	3,7407	,49379	,16460
	26 - 35 tahun	76	3,5614	,49053	,05627
	Diatas 35 tahun	65	3,5436	,54189	,06721
	Total	150	3,5644	,51226	,04183
Nilai hiburan	17 - 25 tahun	9	3,4815	,62608	,20869
	26 - 35 tahun	76	3,6228	,54526	,06255
	Diatas 35 tahun	65	3,5538	,55050	,06828
	Total	150	3,5844	,55015	,04492
Materialisme	17 - 25 tahun	9	3,5556	,76376	,25459
	26 - 35 tahun	76	3,4211	,76472	,08772
	Diatas 35 tahun	65	3,4205	,79337	,09841
	Total	150	3,4289	,77270	,06309
Kesesuaian nilai	17 - 25 tahun	9	3,3333	,76376	,25459
	26 - 35 tahun	76	3,5000	,94673	,10860
	Diatas 35 tahun	65	3,2256	,90735	,11254
	Total	150	3,3711	,92406	,07545
Pengaruh terhadap anak-anak	17 - 25 tahun	9	3,7037	,65499	,21833
	26 - 35 tahun	76	3,5746	,64544	,07404
	Diatas 35 tahun	65	3,3846	,82964	,10290
	Total	150	3,5000	,73452	,05997

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Pengaruh ekonomi	17 - 25 tahun	9	3,6667	,86603	,28868
	26 - 35 tahun	76	3,5724	,82342	,09445
	Diatas 35 tahun	65	3,6577	,76492	,09488
	Total	150	3,6150	,79672	,06505
Dukungan terhadap siaran TV	17 - 25 tahun	9	3,5556	,88192	,29397
	26 - 35 tahun	76	3,6579	,93170	,10687
	Diatas 35 tahun	65	3,3385	,95651	,11864
	Total	150	3,5133	,94646	,07728
Manipulasi pemirsa	17 - 25 tahun	9	3,2593	,84620	,28207
	26 - 35 tahun	76	3,3596	,88738	,10179
	Diatas 35 tahun	65	3,2256	,91117	,11302
	Total	150	3,2956	,89204	,07283

Descriptives

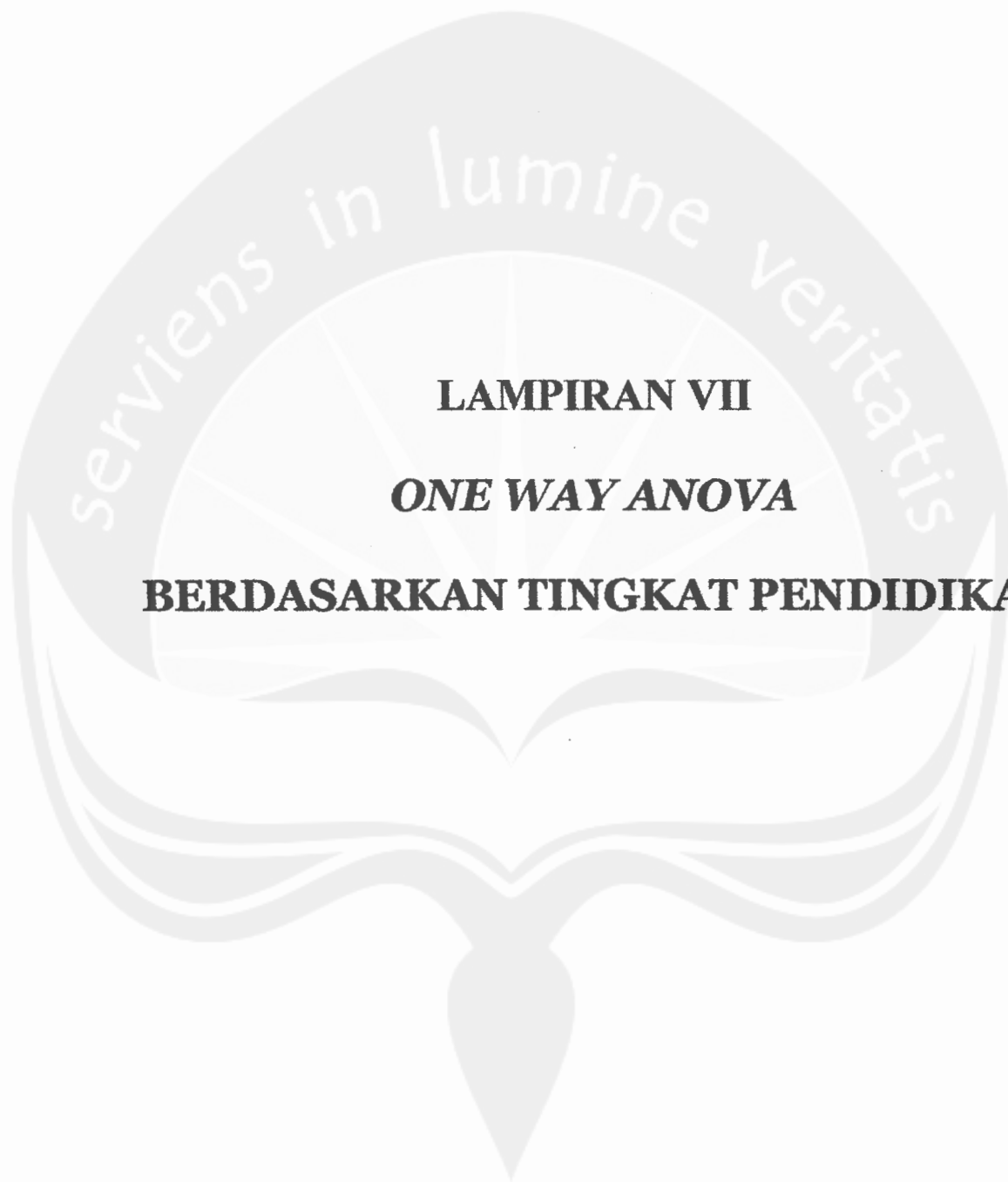
		95% Confidence Interval for Mean			
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
Pendapat umum pemirsa	17 - 25 tahun	3,4782	4,0218	3,00	4,00
	26 - 35 tahun	3,5990	3,8352	2,75	5,00
	Diatas 35 tahun	3,5390	3,8149	2,75	5,00
	Total	3,6171	3,7863	2,75	5,00
Informasi tentang pasar	17 - 25 tahun	3,4388	4,1167	3,00	4,00
	26 - 35 tahun	3,3753	3,5984	2,67	4,33
	Diatas 35 tahun	3,4768	3,7437	2,67	5,00
	Total	3,4752	3,6403	2,67	5,00
Keyakinan dalam melakukan pembelian	17 - 25 tahun	2,9006	3,8401	2,67	4,00
	26 - 35 tahun	3,4863	3,7330	2,67	4,33
	Diatas 35 tahun	3,4062	3,6810	2,67	5,00
	Total	3,4779	3,6554	2,67	5,00
Informasi tentang imej sosial	17 - 25 tahun	3,3612	4,1203	2,67	4,33
	26 - 35 tahun	3,4493	3,6735	2,67	4,33
	Diatas 35 tahun	3,4093	3,6779	2,33	4,67
	Total	3,4818	3,6471	2,33	4,67
Nilai hiburan	17 - 25 tahun	3,0002	3,9627	2,67	4,00
	26 - 35 tahun	3,4982	3,7474	2,67	4,33
	Diatas 35 tahun	3,4174	3,6903	2,67	5,00
	Total	3,4957	3,6732	2,67	5,00
Materialisme	17 - 25 tahun	2,9685	4,1426	2,00	4,33
	26 - 35 tahun	3,2463	3,5958	1,67	4,67
	Diatas 35 tahun	3,2239	3,6171	1,67	4,67
	Total	3,3042	3,5536	1,67	4,67
Kesesuaian nilai	17 - 25 tahun	2,7463	3,9204	2,00	4,33
	26 - 35 tahun	3,2837	3,7163	1,67	5,00
	Diatas 35 tahun	3,0008	3,4505	1,33	5,00
	Total	3,2220	3,5202	1,33	5,00
Pengaruh terhadap anak-anak	17 - 25 tahun	3,2002	4,2072	2,33	4,67
	26 - 35 tahun	3,4271	3,7221	2,00	4,67
	Diatas 35 tahun	3,1790	3,5902	2,00	5,00
	Total	3,3815	3,6185	2,00	5,00

Descriptives

		95% Confidence Interval for Mean			
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
Pengaruh ekonomi	17 - 25 tahun	3,0010	4,3324	2,00	4,50
	26 - 35 tahun	3,3842	3,7605	1,50	4,50
	Diatas 35 tahun	3,4682	3,8472	2,00	4,75
	Total	3,4865	3,7435	1,50	4,75
Dukungan terhadap siaran TV	17 - 25 tahun	2,8777	4,2335	2,00	5,00
	26 - 35 tahun	3,4450	3,8708	2,00	5,00
	Diatas 35 tahun	3,1015	3,5755	2,00	5,00
	Total	3,3606	3,6660	2,00	5,00
Manipulasi pemirsa	17 - 25 tahun	2,6088	3,9097	1,67	4,33
	26 - 35 tahun	3,1569	3,5624	1,67	5,00
	Diatas 35 tahun	2,9999	3,4514	1,33	5,00
	Total	3,1516	3,4395	1,33	5,00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pendapat umum pemirsa	Between Groups	,079	2	,039	,142	,868
	Within Groups	40,883	147	,278		
	Total	40,962	149			
Informasi tentang pasar	Between Groups	,997	2	,499	1,928	,149
	Within Groups	38,002	147	,259		
	Total	38,999	149			
Keyakinan dalam melakukan pembelian	Between Groups	,522	2	,261	,861	,425
	Within Groups	44,534	147	,303		
	Total	45,056	149			
Informasi tentang imej sosial	Between Groups	,309	2	,154	,585	,558
	Within Groups	38,791	147	,264		
	Total	39,099	149			
Nilai hiburan	Between Groups	,268	2	,134	,440	,645
	Within Groups	44,829	147	,305		
	Total	45,097	149			
Materialisme	Between Groups	,154	2	,077	,127	,881
	Within Groups	88,810	147	,604		
	Total	88,964	149			
Kesesuaian nilai	Between Groups	2,651	2	1,325	1,564	,213
	Within Groups	124,579	147	,847		
	Total	127,230	149			
Pengaruh terhadap anak-anak	Between Groups	1,661	2	,831	1,551	,215
	Within Groups	78,728	147	,536		
	Total	80,389	149			
Pengaruh ekonomi	Between Groups	,281	2	,140	,219	,804
	Within Groups	94,298	147	,641		
	Total	94,579	149			
Dukungan terhadap siaran TV	Between Groups	3,592	2	1,796	2,033	,135
	Within Groups	129,881	147	,884		
	Total	133,473	149			
Manipulasi pemirsa	Between Groups	,642	2	,321	,400	,671
	Within Groups	117,922	147	,802		
	Total	118,564	149			



LAMPIRAN VII

ONE WAY ANOVA

BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Pendapat umum pemirsa	SD/SLPT	2	3,5000	,00000	,00000
	SLTA/Sederajat	92	3,6495	,51497	,05369
	Perguruan Tinggi	56	3,7946	,53959	,07211
	Total	150	3,7017	,52432	,04281
Informasi tentang pasar	SD/SLPT	2	4,0000	,00000	,00000
	SLTA/Sederajat	92	3,4565	,53158	,05542
	Perguruan Tinggi	56	3,7083	,44067	,05889
	Total	150	3,5578	,51161	,04177
Keyakinan dalam melakukan pembelian	SD/SLPT	2	3,3333	,47140	,33333
	SLTA/Sederajat	92	3,5507	,52863	,05511
	Perguruan Tinggi	56	3,6012	,59091	,07896
	Total	150	3,5667	,54990	,04490
Informasi tentang imej sosial	SD/SLPT	2	4,0000	,00000	,00000
	SLTA/Sederajat	92	3,4601	,52726	,05497
	Perguruan Tinggi	56	3,7202	,44846	,05993
	Total	150	3,5644	,51226	,04183
Nilai hiburan	SD/SLPT	2	3,6667	,00000	,00000
	SLTA/Sederajat	92	3,5652	,53848	,05614
	Perguruan Tinggi	56	3,6131	,58180	,07775
	Total	150	3,5844	,55015	,04492
Materialisme	SD/SLPT	2	3,6667	,47140	,33333
	SLTA/Sederajat	92	3,4167	,76973	,08025
	Perguruan Tinggi	56	3,4405	,79419	,10613
	Total	150	3,4289	,77270	,06309
Kesesuaian nilai	SD/SLPT	2	3,6667	,47140	,33333
	SLTA/Sederajat	92	3,4384	,94272	,09829
	Perguruan Tinggi	56	3,2500	,90174	,12050
	Total	150	3,3711	,92406	,07545
Pengaruh terhadap anak-anak	SD/SLPT	2	4,0000	,00000	,00000
	SLTA/Sederajat	92	3,4275	,76128	,07937
	Perguruan Tinggi	56	3,6012	,68878	,09204
	Total	150	3,5000	,73452	,05997

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Pengaruh ekonomi	SD/SLPT	2	3,7500	,35355	,25000
	SLTA/Sederajat	92	3,6576	,77008	,08029
	Perguruan Tinggi	56	3,5402	,85251	,11392
	Total	150	3,6150	,79672	,06505
Dukungan terhadap siaran TV	SD/SLPT	2	4,0000	,00000	,00000
	SLTA/Sederajat	92	3,4457	,93013	,09697
	Perguruan Tinggi	56	3,6071	,98495	,13162
	Total	150	3,5133	,94646	,07728
Manipulasi pemirsa	SD/SLPT	2	3,5000	,70711	,50000
	SLTA/Sederajat	92	3,3587	,88155	,09191
	Perguruan Tinggi	56	3,1845	,91656	,12248
	Total	150	3,2956	,89204	,07283

Descriptives

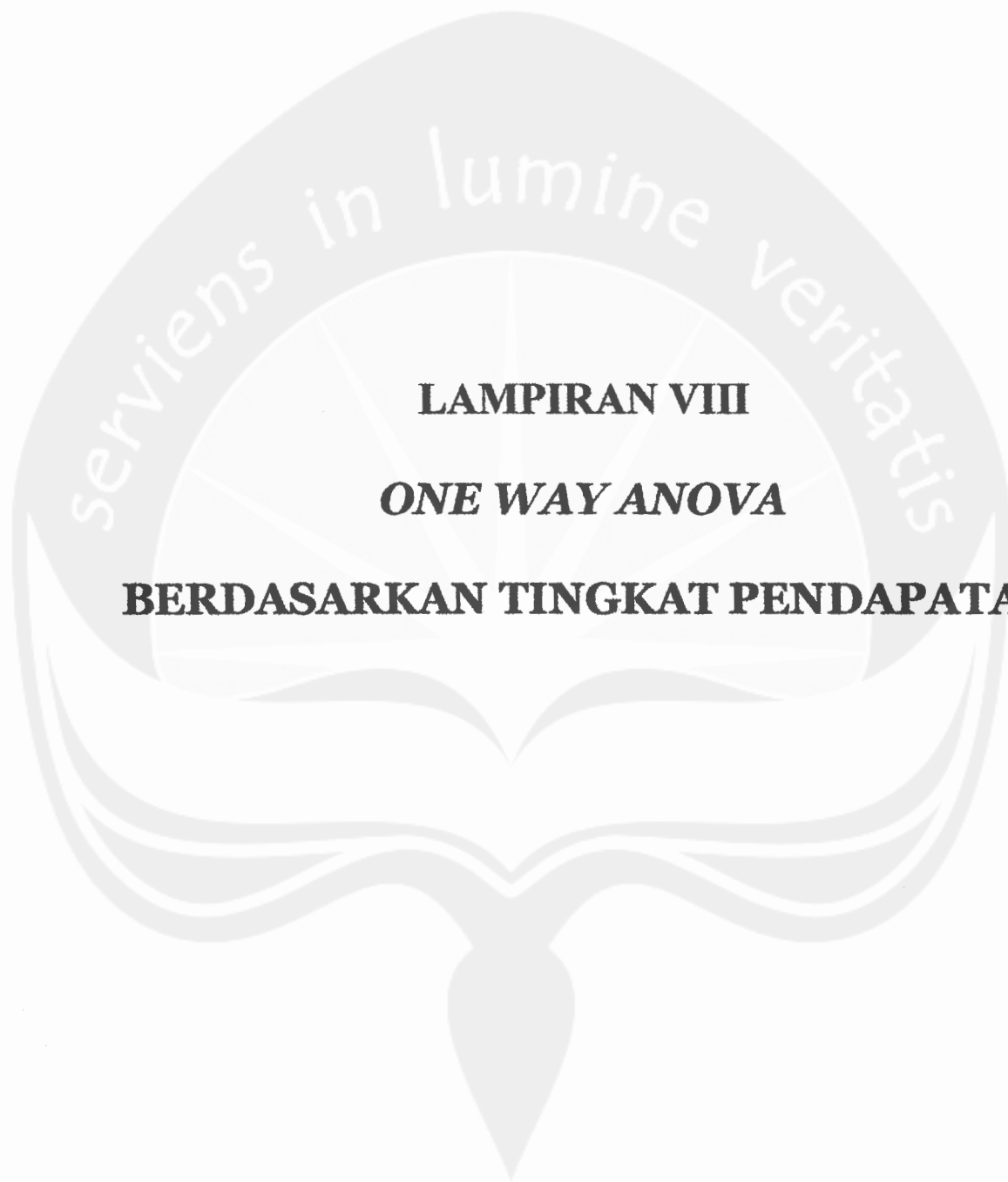
		95% Confidence Interval for Mean			
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
Pendapat umum pemirsa	SD/SLPT	3,5000	3,5000	3,50	3,50
	SLTA/Sederajat	3,5428	3,7561	2,75	5,00
	Perguruan Tinggi	3,6501	3,9391	2,75	5,00
	Total	3,6171	3,7863	2,75	5,00
Informasi tentang pasar	SD/SLPT	4,0000	4,0000	4,00	4,00
	SLTA/Sederajat	3,3464	3,5666	2,67	4,33
	Perguruan Tinggi	3,5903	3,8263	2,67	5,00
	Total	3,4752	3,6403	2,67	5,00
Keyakinan dalam melakukan pembelian	SD/SLPT	-,9021	7,5687	3,00	3,67
	SLTA/Sederajat	3,4412	3,6602	2,67	4,33
	Perguruan Tinggi	3,4429	3,7594	2,67	5,00
	Total	3,4779	3,6554	2,67	5,00
Informasi tentang imej sosial	SD/SLPT	4,0000	4,0000	4,00	4,00
	SLTA/Sederajat	3,3510	3,5693	2,33	4,33
	Perguruan Tinggi	3,6001	3,8403	2,67	4,67
	Total	3,4818	3,6471	2,33	4,67
Nilai hiburan	SD/SLPT	3,6667	3,6667	3,67	3,67
	SLTA/Sederajat	3,4537	3,6767	2,67	4,33
	Perguruan Tinggi	3,4573	3,7689	2,67	5,00
	Total	3,4957	3,6732	2,67	5,00
Materialisme	SD/SLPT	-,5687	7,9021	3,33	4,00
	SLTA/Sederajat	3,2573	3,5761	1,67	4,67
	Perguruan Tinggi	3,2278	3,6532	1,67	4,67
	Total	3,3042	3,5536	1,67	4,67
Kesesuaian nilai	SD/SLPT	-,5687	7,9021	3,33	4,00
	SLTA/Sederajat	3,2432	3,6336	1,33	5,00
	Perguruan Tinggi	3,0085	3,4915	1,33	4,67
	Total	3,2220	3,5202	1,33	5,00
Pengaruh terhadap anak-anak	SD/SLPT	4,0000	4,0000	4,00	4,00
	SLTA/Sederajat	3,2699	3,5852	2,00	4,67
	Perguruan Tinggi	3,4167	3,7856	2,00	5,00
	Total	3,3815	3,6185	2,00	5,00

Descriptives

		95% Confidence Interval for Mean			
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
Pengaruh ekonomi	SD/SLPT	,5734	6,9266	3,50	4,00
	SLTA/Sederajat	3,4981	3,8171	2,00	4,50
	Perguruan Tinggi	3,3119	3,7685	1,50	4,75
	Total	3,4865	3,7435	1,50	4,75
Dukungan terhadap siaran TV	SD/SLPT	4,0000	4,0000	4,00	4,00
	SLTA/Sederajat	3,2530	3,6383	2,00	5,00
	Perguruan Tinggi	3,3434	3,8709	2,00	5,00
	Total	3,3606	3,6660	2,00	5,00
Manipulasi pemirsa	SD/SLPT	-2,8531	9,8531	3,00	4,00
	SLTA/Sederajat	3,1761	3,5413	1,33	5,00
	Perguruan Tinggi	2,9391	3,4300	1,33	4,67
	Total	3,1516	3,4395	1,33	5,00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pendapat umum pemirsa	Between Groups	,816	2	,408	1,494	,228
	Within Groups	40,146	147	,273		
	Total	40,962	149			
Informasi tentang pasar	Between Groups	2,604	2	1,302	5,258	,006
	Within Groups	36,396	147	,248		
	Total	38,999	149			
Keyakinan dalam melakukan pembelian	Between Groups	,199	2	,100	,326	,722
	Within Groups	44,857	147	,305		
	Total	45,056	149			
Informasi tentang imej sosial	Between Groups	2,739	2	1,370	5,538	,005
	Within Groups	36,360	147	,247		
	Total	39,099	149			
Nilai hiburan	Between Groups	,094	2	,047	,153	,859
	Within Groups	45,004	147	,306		
	Total	45,097	149			
Materialisme	Between Groups	,134	2	,067	,111	,895
	Within Groups	88,829	147	,604		
	Total	88,964	149			
Kesesuaian nilai	Between Groups	1,413	2	,706	,825	,440
	Within Groups	125,818	147	,856		
	Total	127,230	149			
Pengaruh terhadap anak-anak	Between Groups	1,557	2	,778	1,451	,238
	Within Groups	78,832	147	,536		
	Total	80,389	149			
Pengaruh ekonomi	Between Groups	,517	2	,258	,404	,668
	Within Groups	94,062	147	,640		
	Total	94,579	149			
Dukungan terhadap siaran TV	Between Groups	1,388	2	,694	,772	,464
	Within Groups	132,085	147	,899		
	Total	133,473	149			
Manipulasi pemirsa	Between Groups	1,141	2	,570	,714	,491
	Within Groups	117,423	147	,799		
	Total	118,564	149			



LAMPIRAN VIII

ONE WAY ANOVA

BERDASARKAN TINGKAT PENDAPATAN

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Pendapat umum pemirsa	> Rp. 1.000.000	34	3,6544	,48467	,08312
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	55	3,7409	,52477	,07076
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	32	3,6172	,49994	,08838
	> Rp. 3.000.000	29	3,7759	,59890	,11121
	Total	150	3,7017	,52432	,04281
Informasi tentang pasar	> Rp. 1.000.000	34	3,5196	,51373	,08810
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	55	3,5576	,49713	,06703
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	32	3,5104	,52181	,09224
	> Rp. 3.000.000	29	3,6552	,53809	,09992
	Total	150	3,5578	,51161	,04177
Keyakinan dalam melakukan pembelian	> Rp. 1.000.000	34	3,5196	,55772	,09565
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	55	3,5939	,55069	,07425
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	32	3,5104	,57414	,10149
	> Rp. 3.000.000	29	3,6322	,52964	,09835
	Total	150	3,5667	,54990	,04490
Informasi tentang imej sosial	> Rp. 1.000.000	34	3,5686	,52883	,09069
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	55	3,5576	,48878	,06591
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	32	3,5313	,55429	,09799
	> Rp. 3.000.000	29	3,6092	,51230	,09513
	Total	150	3,5644	,51226	,04183
Nilai hiburan	> Rp. 1.000.000	34	3,5490	,55585	,09533
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	55	3,6061	,55589	,07496
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	32	3,5313	,58573	,10354
	> Rp. 3.000.000	29	3,6437	,51123	,09493
	Total	150	3,5844	,55015	,04492
Materialisme	> Rp. 1.000.000	34	3,5490	,69574	,11932
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	55	3,3939	,78853	,10632
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	32	3,5625	,75462	,13340
	> Rp. 3.000.000	29	3,2069	,82814	,15378
	Total	150	3,4289	,77270	,06309

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
Kesesuaian nilai	> Rp. 1.000.000	34	3,5882	,88405	,15161
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	55	3,3152	,92389	,12458
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	32	3,5104	,89996	,15909
	> Rp. 3.000.000	29	3,0690	,94860	,17615
	Total	150	3,3711	,92406	,07545
Pengaruh terhadap anak-anak	> Rp. 1.000.000	34	3,5392	,77856	,13352
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	55	3,5273	,66880	,09018
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	32	3,4167	,69818	,12342
	> Rp. 3.000.000	29	3,4943	,86199	,16007
	Total	150	3,5000	,73452	,05997
Pengaruh ekonomi	> Rp. 1.000.000	34	3,8235	,69503	,11920
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	55	3,5455	,78924	,10642
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	32	3,6641	,77670	,13730
	> Rp. 3.000.000	29	3,4483	,91948	,17074
	Total	150	3,6150	,79672	,06505
Dukungan terhadap siaran TV	> Rp. 1.000.000	34	3,5588	,99060	,16989
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	55	3,5636	,97684	,13172
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	32	3,4063	,91084	,16102
	> Rp. 3.000.000	29	3,4828	,91107	,16918
	Total	150	3,5133	,94646	,07728
Manipulasi pemirsa	> Rp. 1.000.000	34	3,4608	,81656	,14004
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	55	3,2061	,90606	,12217
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	32	3,4583	,90696	,16033
	> Rp. 3.000.000	29	3,0920	,91242	,16943
	Total	150	3,2956	,89204	,07283

Descriptives

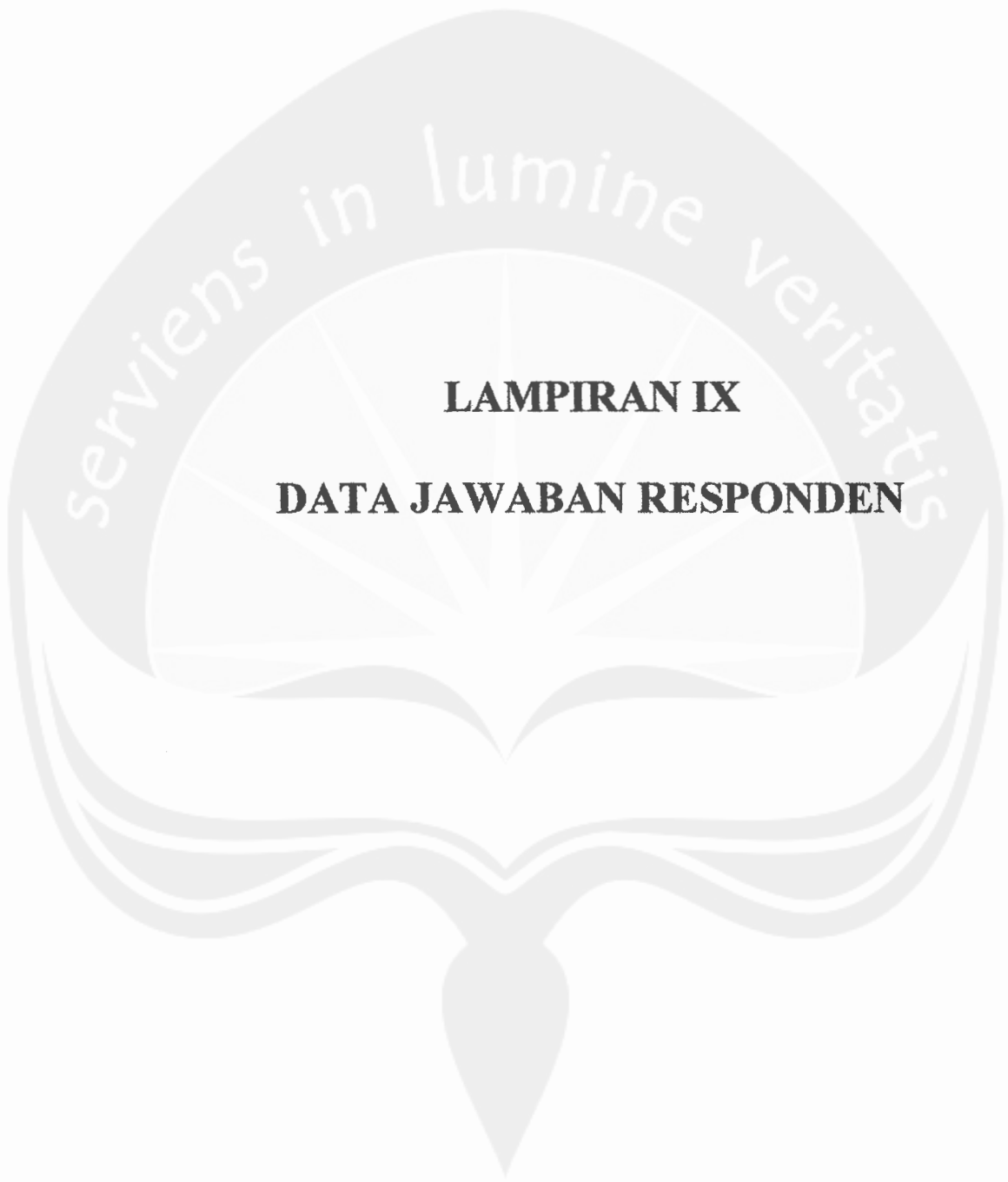
		95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
		Lower Bound	Upper Bound		
Pendapat umum pemirsa	> Rp. 1.000.000	3,4853	3,8235	2,75	4,50
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3,5990	3,8828	2,75	5,00
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	3,4369	3,7974	2,75	4,50
	> Rp. 3.000.000	3,5481	4,0037	2,75	5,00
	Total	3,6171	3,7863	2,75	5,00
Informasi tentang pasar	> Rp. 1.000.000	3,3404	3,6989	2,67	4,00
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3,4232	3,6920	2,67	5,00
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	3,3223	3,6986	2,67	4,00
	> Rp. 3.000.000	3,4505	3,8599	2,67	4,33
	Total	3,4752	3,6403	2,67	5,00
Keyakinan dalam melakukan pembelian	> Rp. 1.000.000	3,3250	3,7142	2,67	4,33
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3,4451	3,7428	2,67	5,00
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	3,3034	3,7174	2,67	4,33
	> Rp. 3.000.000	3,4307	3,8336	2,67	4,33
	Total	3,4779	3,6554	2,67	5,00
Informasi tentang imej sosial	> Rp. 1.000.000	3,3841	3,7531	2,67	4,33
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3,4254	3,6897	2,67	4,67
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	3,3314	3,7311	2,33	4,33
	> Rp. 3.000.000	3,4143	3,8041	2,67	4,33
	Total	3,4818	3,6471	2,33	4,67
Nilai hiburan	> Rp. 1.000.000	3,3551	3,7430	2,67	4,33
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3,4558	3,7563	2,67	5,00
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	3,3201	3,7424	2,67	4,33
	> Rp. 3.000.000	3,4492	3,8381	2,67	4,33
	Total	3,4957	3,6732	2,67	5,00
Materialisme	> Rp. 1.000.000	3,3063	3,7918	2,00	4,67
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3,1808	3,6071	1,67	4,67
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	3,2904	3,8346	2,00	4,67
	> Rp. 3.000.000	2,8919	3,5219	1,67	4,67
	Total	3,3042	3,5536	1,67	4,67

Descriptives

		95% Confidence Interval for Mean			
		Lower Bound	Upper Bound	Minimum	Maximum
Kesesuaian nilai	> Rp. 1.000.000	3,2798	3,8967	1,67	5,00
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3,0654	3,5649	1,33	5,00
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	3,1859	3,8349	2,00	5,00
	> Rp. 3.000.000	2,7081	3,4298	1,33	5,00
	Total	3,2220	3,5202	1,33	5,00
Pengaruh terhadap anak-anak	> Rp. 1.000.000	3,2676	3,8109	2,00	4,67
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3,3465	3,7081	2,00	5,00
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	3,1649	3,6684	2,00	4,33
	> Rp. 3.000.000	3,1664	3,8221	2,00	4,67
	Total	3,3815	3,6185	2,00	5,00
Pengaruh ekonomi	> Rp. 1.000.000	3,5810	4,0660	2,00	4,50
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3,3321	3,7588	2,00	4,50
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	3,3840	3,9441	2,00	4,75
	> Rp. 3.000.000	3,0985	3,7980	1,50	4,50
	Total	3,4865	3,7435	1,50	4,75
Dukungan terhadap siaran TV	> Rp. 1.000.000	3,2132	3,9045	2,00	5,00
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	3,2996	3,8277	2,00	5,00
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	3,0779	3,7346	2,00	5,00
	> Rp. 3.000.000	3,1362	3,8293	2,00	5,00
	Total	3,3606	3,6660	2,00	5,00
Manipulasi pemirsa	> Rp. 1.000.000	3,1759	3,7457	1,67	5,00
	Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000	2,9611	3,4510	1,33	4,67
	> Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000	3,1313	3,7853	1,67	5,00
	> Rp. 3.000.000	2,7449	3,4390	1,33	5,00
	Total	3,1516	3,4395	1,33	5,00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pendapat umum pemirsa	Between Groups	,549	3	,183	,661	,578
	Within Groups	40,413	146	,277		
	Total	40,962	149			
Informasi tentang pasar	Between Groups	,396	3	,132	,500	,683
	Within Groups	38,603	146	,264		
	Total	38,999	149			
Keyakinan dalam melakukan pembelian	Between Groups	,342	3	,114	,372	,773
	Within Groups	44,714	146	,306		
	Total	45,056	149			
Informasi tentang imej sosial	Between Groups	,097	3	,032	,120	,948
	Within Groups	39,003	146	,267		
	Total	39,099	149			
Nilai hiburan	Between Groups	,261	3	,087	,283	,838
	Within Groups	44,836	146	,307		
	Total	45,097	149			
Materialisme	Between Groups	2,558	3	,853	1,441	,233
	Within Groups	86,405	146	,592		
	Total	88,964	149			
Kesesuaian nilai	Between Groups	5,044	3	1,681	2,009	,115
	Within Groups	122,187	146	,837		
	Total	127,230	149			
Pengaruh terhadap anak-anak	Between Groups	,316	3	,105	,192	,902
	Within Groups	80,073	146	,548		
	Total	80,389	149			
Pengaruh ekonomi	Between Groups	2,628	3	,876	1,391	,248
	Within Groups	91,951	146	,630		
	Total	94,579	149			
Dukungan terhadap siaran TV	Between Groups	,604	3	,201	,221	,882
	Within Groups	132,870	146	,910		
	Total	133,473	149			
Manipulasi pemirsa	Between Groups	3,419	3	1,140	1,445	,232
	Within Groups	115,145	146	,789		
	Total	118,564	149			



LAMPIRAN IX

DATA JAWABAN RESPONDEN

Case Summaries

	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat pendidikan	Tingkat pendapatan	info_1	info_2	info_3	yakin_1	yakin_2	yakin_3
1	1	2	2	1	4	4	4	4	2	3
2	2	2	2	1	3	3	3	3	5	3
3	1	1	2	1	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	3	4	4	4	3	3
5	1	2	3	2	4	4	4	4	4	4
6	2	3	2	3	3	4	2	4	3	4
7	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4
8	1	2	2	3	4	4	4	4	4	3
9	2	2	3	1	3	3	4	4	3	4
10	1	3	3	2	5	5	5	5	5	5
11	2	3	2	4	4	4	3	4	4	4
12	2	3	3	4	3	2	3	3	2	3
13	1	2	3	2	3	4	4	3	2	3
14	1	1	3	3	4	4	4	3	3	2
15	1	2	2	2	4	4	4	4	2	3
16	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
17	2	1	1	1	4	4	4	3	3	3
18	2	2	2	2	4	3	4	3	4	4
19	2	2	3	2	3	3	3	3	4	3
20	1	3	2	4	3	5	4	4	4	4
21	1	2	3	3	4	4	4	4	4	4
22	1	3	3	2	4	4	4	4	4	4
23	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4
24	2	2	2	3	3	3	4	3	3	2
25	1	3	2	4	4	4	3	4	4	4
26	1	2	2	2	4	4	4	3	3	4
27	1	2	2	4	3	4	2	4	4	4
28	2	1	2	1	4	4	4	4	3	4
29	1	2	2	2	4	4	4	4	2	3
30	2	1	2	1	3	3	3	3	2	3
31	1	2	3	2	4	4	4	4	4	4
32	1	2	2	4	2	3	3	3	5	4
33	1	2	3	4	4	4	4	3	3	3
34	1	3	2	2	4	4	4	4	5	4
35	2	2	2	1	3	3	4	4	4	3
36	1	2	3	4	5	4	4	4	4	4
37	1	2	2	2	4	4	3	4	4	4
38	2	2	2	2	3	2	3	4	2	3
39	2	2	2	2	3	3	3	5	3	4
40	1	1	3	1	4	4	4	3	3	2
41	2	2	2	2	3	2	4	4	5	4
42	2	3	3	2	4	4	4	4	2	3
43	1	3	2	2	3	3	3	3	4	2
44	1	3	3	2	3	3	3	3	4	4
45	2	2	3	2	3	5	4	5	3	4
46	1	2	2	2	4	4	4	5	4	3
47	1	3	3	4	4	4	4	4	3	5
48	1	3	3	3	4	4	4	4	5	3
49	1	3	3	3	3	3	4	3	3	2
50	2	2	3	2	3	4	4	3	3	3
51	2	3	2	2	4	4	3	3	3	5
52	1	2	3	1	4	4	4	3	5	3
53	1	2	2	3	3	4	2	3	5	4

Case Summaries

	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat pendidikan	Tingkat pendapatan	info_1	info_2	info_3	yakin_1	yakin_2	yakin_3
54	1	3	3	3	3	2	4	3	3	3
55	2	3	3	3	4	3	5	5	3	4
56	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3
57	1	3	2	2	3	3	3	3	2	3
58	1	3	2	2	4	4	4	5	3	3
59	1	3	2	3	4	4	4	5	2	3
60	1	3	3	4	4	4	4	4	5	4
61	1	3	2	2	3	3	4	4	3	4
62	1	3	2	4	5	4	4	4	3	5
63	1	3	2	3	3	2	3	4	2	3
64	1	2	3	2	3	3	3	4	3	5
65	1	2	3	2	3	2	4	4	5	4
66	1	3	3	2	4	4	4	4	2	3
67	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
68	1	1	1	1	4	4	4	3	4	4
69	2	2	3	2	4	3	4	3	4	4
70	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
71	2	3	2	3	3	5	4	4	5	3
72	2	3	2	3	4	3	5	5	3	4
73	2	2	2	2	4	4	4	3	3	2
74	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3
75	2	2	3	1	4	4	4	4	4	4
76	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2
77	2	3	2	4	3	2	4	3	2	3
78	1	2	2	1	4	4	4	3	2	4
79	1	2	2	3	3	3	3	4	4	4
80	1	2	3	3	3	2	4	4	5	4
81	1	2	3	2	3	4	4	3	3	3
82	1	2	2	2	3	3	3	2	4	3
83	1	3	2	3	3	3	2	3	3	2
84	1	3	2	3	4	4	4	4	3	4
85	1	3	2	2	4	3	4	3	4	4
88	2	2	2	1	3	2	4	4	5	4
87	1	2	3	2	4	3	4	3	4	4
88	1	3	3	4	3	5	4	3	5	4
89	1	3	2	4	4	4	4	4	5	3
90	1	3	3	4	4	3	4	5	3	4
91	1	2	3	1	4	4	4	4	5	3
92	1	2	2	2	2	3	3	4	4	4
93	1	2	2	2	4	4	4	4	5	4
94	2	3	2	1	2	3	3	4	3	5
95	1	2	3	2	4	4	3	4	4	4
96	1	2	3	1	3	4	4	3	2	3
97	2	2	2	1	4	4	4	4	3	5
98	2	3	2	2	2	5	5	4	5	3
99	1	3	2	4	4	4	4	3	4	4
100	1	3	2	4	3	2	4	4	2	3
101	1	3	2	4	3	3	4	4	3	4
102	1	3	3	2	5	4	4	4	4	4
103	1	2	2	1	3	2	3	4	2	3
104	1	1	2	1	3	3	3	4	4	4
105	1	2	3	2	3	2	4	4	5	4
106	1	3	2	4	4	4	4	3	3	3

Case Summaries

	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat pendidikan	Tingkat pendapatan	info_1	info_2	info_3	yakin_1	yakin_2	yakin_3
107	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
108	1	2	2	3	4	4	4	3	3	5
109	1	3	2	3	4	3	4	3	4	4
110	1	2	2	1	3	3	3	4	2	3
111	1	3	2	4	3	5	4	4	3	5
112	1	3	2	4	4	3	5	2	5	5
113	2	2	2	1	4	4	4	3	3	2
114	1	2	2	1	3	3	3	3	2	4
115	1	2	3	3	4	4	4	4	3	5
116	1	3	3	3	3	3	4	3	3	2
117	2	3	2	4	3	2	4	3	2	3
118	1	2	2	1	4	4	4	3	3	3
119	1	2	2	1	3	3	3	4	3	5
120	1	2	3	2	3	2	4	4	5	4
121	1	3	3	2	3	4	4	3	3	3
122	1	2	2	1	3	3	3	4	2	3
123	1	3	2	3	3	3	2	3	2	3
124	1	3	3	3	4	4	4	3	4	4
125	2	2	3	2	4	3	4	3	4	4
126	2	2	2	3	3	2	4	4	5	4
127	1	2	3	4	4	3	4	3	4	4
128	1	2	2	4	3	5	4	4	3	5
129	1	3	2	4	4	4	4	5	3	4
130	1	3	3	2	4	3	4	3	5	4
131	1	1	3	1	4	4	4	4	5	3
132	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4
133	1	2	2	1	4	4	4	4	5	4
134	2	3	2	3	2	3	3	3	5	4
135	1	2	3	2	4	4	3	4	4	4
136	1	2	3	2	3	4	4	3	2	3
137	1	2	2	1	4	4	4	4	3	5
138	1	3	2	1	2	5	5	3	5	4
139	2	3	3	2	4	4	4	3	4	4
140	1	3	2	1	3	2	4	4	2	3
141	1	3	2	2	3	3	4	4	3	4
142	1	3	2	4	5	4	4	4	3	5
143	2	3	2	4	3	2	3	3	3	3
144	1	2	2	1	3	3	3	4	4	4
145	1	2	2	1	3	2	4	4	5	4
146	1	3	2	3	4	4	4	4	2	3
147	1	2	2	1	3	3	3	3	3	3
148	1	2	2	2	4	4	4	3	4	4
149	1	3	3	3	4	3	4	3	4	4
150	1	3	3	3	3	3	3	4	2	3

Case Summaries

	imej_1	imej_2	imej_3	hibur_1	hibur_2	hibur_3	materi_1	materi_2	materi_3	nilai_1
1	3	3	4	3	2	4	4	4	4	5
2	4	4	3	3	5	3	2	2	3	3
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
6	4	3	2	4	4	4	3	3	3	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
9	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3
10	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4
11	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
12	2	3	3	3	2	4	3	3	3	2
13	2	3	4	3	2	3	3	4	3	4
14	3	4	4	2	3	3	3	2	3	3
15	2	3	4	3	2	4	3	2	2	3
16	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
18	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
19	4	3	3	3	5	3	4	2	3	4
20	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3
21	3	5	4	4	4	4	3	2	3	3
22	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3
23	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
24	3	3	4	2	3	3	4	4	5	4
25	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
26	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3
27	3	3	3	4	4	4	3	1	3	3
28	4	4	4	4	4	4	3	1	2	3
29	2	4	4	3	2	4	2	2	3	2
30	2	3	3	3	2	3	4	5	4	4
31	4	4	4	4	4	4	3	2	1	3
32	5	2	3	4	5	3	3	3	3	3
33	3	4	4	3	3	3	5	4	4	5
34	5	4	4	4	5	4	2	3	2	2
35	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
36	4	5	4	4	4	4	2	1	2	2
37	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
38	3	2	3	3	2	4	4	5	5	4
39	3	3	3	4	3	5	4	4	3	3
40	3	4	4	2	3	3	4	5	3	2
41	4	4	4	4	5	4	2	2	2	1
42	2	4	4	3	2	4	4	4	4	2
43	4	4	3	2	5	2	4	5	5	4
44	5	3	3	3	5	3	5	4	4	4
45	3	4	3	4	3	5	3	2	2	3
46	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3
47	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
49	3	4	3	2	3	3	5	4	5	5
50	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
51	3	4	3	5	3	3	4	4	4	4
52	5	4	4	3	5	3	3	1	3	2
53	5	2	2	4	4	4	3	2	3	2

Case Summaries

	imej_1	imej_2	imej_3	hibur_1	hibur_2	hibur_3	materi_1	materi_2	materi_3	nilai_1
54	2	3	4	3	2	4	3	2	4	5
55	3	4	5	4	3	5	4	4	4	3
56	2	4	4	3	2	4	4	3	5	2
57	2	3	3	3	2	3	4	4	4	4
58	3	4	4	3	3	5	3	2	3	3
59	2	4	4	3	2	5	5	3	4	4
60	5	4	4	4	5	4	3	2	3	2
61	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4
62	4	5	4	4	4	4	2	2	1	1
63	3	2	3	3	2	4	4	5	5	5
64	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4
65	5	3	4	4	5	4	2	4	3	1
66	3	3	4	3	2	4	3	2	3	3
67	3	3	3	3	3	3	4	5	4	5
68	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4
69	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
70	2	3	3	3	2	4	4	4	4	5
71	4	3	4	4	4	4	2	2	3	1
72	4	4	5	4	4	4	3	3	3	2
73	3	4	4	2	3	3	4	5	3	5
74	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
76	3	3	4	2	3	3	2	4	3	3
77	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3
78	3	3	5	3	3	3	4	3	5	4
79	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3
80	4	4	4	4	5	4	3	1	2	3
81	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4
82	2	3	3	3	2	4	3	2	4	4
83	2	3	2	3	2	3	5	4	5	5
84	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
85	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2
86	5	3	4	4	5	4	3	3	3	5
87	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
88	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	3	4	4	4	3	5	2	5	5	4
91	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4
92	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3
93	5	3	5	4	5	4	4	4	5	4
94	4	2	3	4	4	4	3	3	3	2
95	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
96	2	3	4	3	2	3	4	5	4	5
97	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3
98	4	2	5	4	4	4	3	3	2	2
99	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
100	2	3	4	3	2	4	3	3	3	3
101	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4
102	4	5	4	4	4	4	2	2	1	1
103	2	3	3	3	2	4	4	5	5	5
104	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4
105	4	4	4	4	5	4	2	4	3	1
106	3	3	4	3	2	4	3	2	3	3

Case Summaries

	imej_1	imej_2	imej_3	hibur_1	hibur_2	hibur_3	materi_1	materi_2	materi_3	nilai_1
107	3	3	3	3	3	3	4	5	4	5
108	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4
109	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
110	2	3	3	3	2	4	4	4	4	5
111	4	3	4	4	4	4	2	2	3	1
112	4	4	5	4	4	4	3	3	3	2
113	3	4	4	2	3	3	4	5	3	5
114	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
115	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
116	3	3	4	2	3	3	2	4	3	3
117	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3
118	3	4	4	3	3	3	4	3	5	4
119	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3
120	5	3	4	4	5	4	3	1	2	3
121	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4
122	2	2	4	3	2	4	3	2	4	4
123	2	3	2	3	2	3	5	4	5	5
124	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3
125	4	3	5	4	4	3	4	4	3	2
126	5	3	4	4	5	4	3	3	3	5
127	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
128	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
130	3	4	4	4	3	5	2	5	5	4
131	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4
132	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3
133	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
134	4	2	3	4	4	4	3	3	3	2
135	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
136	2	3	4	3	2	3	4	5	4	5
137	4	3	5	4	4	4	3	2	3	3
138	4	2	5	4	4	4	3	3	2	2
139	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
140	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3
141	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4
142	4	5	4	4	4	4	2	2	1	1
143	2	3	3	3	2	4	4	5	5	5
144	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4
145	5	3	4	4	5	4	2	4	3	1
146	2	4	4	3	2	4	3	2	3	3
147	3	3	3	3	3	3	4	5	4	5
148	4	3	5	4	4	3	4	3	5	4
149	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
150	3	2	3	3	2	4	4	4	4	5

Case Summaries

	nilai_2	nilai_3	anak_1	anak_2	anak_3	ekon_1	ekon_2	ekon_3	ekon_4	dukung
1	5	5	4	2	2	5	4	5	4	3
2	3	3	3	5	5	2	3	2	3	4
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3
5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
6	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
7	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4
10	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3
11	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
12	4	2	2	2	2	3	2	3	2	2
13	3	3	4	2	2	3	4	3	4	2
14	2	3	4	3	3	3	2	3	2	3
15	2	2	4	2	2	3	3	2	2	2
16	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3
17	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4
18	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
19	4	3	3	5	5	3	3	3	3	5
20	2	2	5	4	4	3	3	3	3	4
21	2	2	4	4	4	3	2	3	2	4
22	2	2	4	4	4	3	2	3	2	4
23	3	3	4	4	4	3	2	3	2	4
24	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4
25	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
26	2	2	4	4	4	3	3	3	3	4
27	1	3	4	4	4	3	2	3	2	4
28	1	2	4	4	4	3	2	2	1	4
29	2	3	4	2	2	2	2	2	2	3
30	5	4	3	2	2	4	5	4	5	3
31	2	1	4	4	4	3	2	3	2	2
32	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5
33	4	4	4	3	3	5	4	5	4	3
34	2	2	4	5	5	2	3	2	3	5
35	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
36	1	2	4	4	4	2	1	2	1	4
37	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
38	5	5	2	2	2	4	4	4	4	4
39	4	3	3	3	3	4	4	4	5	2
40	3	3	4	3	3	4	5	4	4	3
41	2	2	2	5	5	2	2	2	2	5
42	2	3	4	2	2	4	4	4	4	2
43	5	5	3	5	5	4	5	4	5	5
44	4	4	3	5	5	5	4	5	4	5
45	2	2	5	3	3	3	2	3	2	3
46	2	2	4	4	4	3	2	3	2	4
47	2	2	4	4	4	3	2	3	2	4
48	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	3	3	3	5	4	5	5	3
50	4	4	4	3	3	3	2	4	3	3
51	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
52	3	2	4	5	5	3	2	3	2	5
53	3	2	4	4	4	3	2	3	2	4

Case Summaries

	nilai_2	nilai_3	anak_1	anak_2	anak_3	ekon_1	ekon_2	ekon_3	ekon_4	dukung
54	4	4	2	2	2	3	3	3	3	2
55	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3
56	3	2	4	2	2	4	4	4	4	2
57	4	4	3	2	2	4	4	4	4	2
58	2	3	4	3	3	3	2	3	2	3
59	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2
60	2	3	4	5	5	3	2	3	2	5
61	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3
62	2	1	4	4	4	2	1	3	2	4
63	5	5	2	2	2	4	5	4	5	2
64	4	3	3	4	4	4	4	3	5	4
65	2	2	2	5	5	5	4	5	4	5
66	2	3	4	2	2	5	4	5	4	2
67	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	3	2	2	2	3	2	3	2
71	2	3	5	4	4	4	5	4	5	4
72	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4
73	5	5	4	3	3	5	4	5	4	3
74	3	5	3	3	3	4	3	5	4	3
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3
77	3	3	2	2	2	3	2	4	3	2
78	3	3	4	3	3	4	3	5	4	3
79	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4
80	1	2	2	5	5	3	2	2	1	5
81	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
82	4	4	3	2	2	3	3	3	3	2
83	4	5	3	2	2	5	4	5	4	2
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
86	5	5	2	5	5	5	5	4	4	5
87	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
89	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3
91	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
92	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4
93	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
94	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
95	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4
96	5	4	4	2	2	4	5	4	5	2
97	2	3	4	4	4	5	4	5	4	4
98	3	2	5	4	4	4	4	4	4	4
99	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3
100	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4
101	4	3	3	3	3	5	3	3	5	3
102	2	1	4	4	4	2	2	2	2	4
103	5	5	2	2	2	4	5	4	5	2
104	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
105	2	2	2	5	5	5	4	5	4	5
106	2	3	4	2	2	5	4	5	4	2

Case Summaries

	nilai_2	nilai_3	anak_1	anak_2	anak_3	ekon_1	ekon_2	ekon_3	ekon_4	dukung
107	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
110	4	4	3	2	2	2	3	2	3	2
111	2	3	5	4	4	4	4	5	5	4
112	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4
113	5	5	4	3	3	4	5	5	4	3
114	3	5	3	3	3	4	4	4	4	3
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
116	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3
117	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2
118	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3
119	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4
120	1	2	2	5	5	3	1	3	1	5
121	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3
122	4	4	3	2	2	3	3	3	3	2
123	4	5	3	2	2	5	4	5	4	2
124	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4
125	3	3	3	4	4	4	5	3	4	4
126	5	5	2	5	5	5	4	5	4	5
127	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4
128	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
129	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4
130	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3
131	4	4	4	5	5	4	3	5	4	5
132	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4
133	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
134	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
136	5	4	4	2	2	4	5	4	5	4
137	2	3	4	4	4	5	4	5	4	4
138	3	2	5	4	4	4	5	3	4	4
139	4	3	4	4	4	3	3	5	5	4
140	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2
141	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3
142	2	1	4	4	4	2	2	2	2	4
143	5	5	2	2	2	4	5	4	5	2
144	4	3	3	4	4	4	3	5	4	4
145	2	2	2	5	5	5	5	4	4	5
146	2	3	4	2	2	5	4	5	4	2
147	4	4	3	3	3	4	3	5	4	3
148	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4
149	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
150	4	4	3	2	2	2	3	2	3	2

Case Summaries

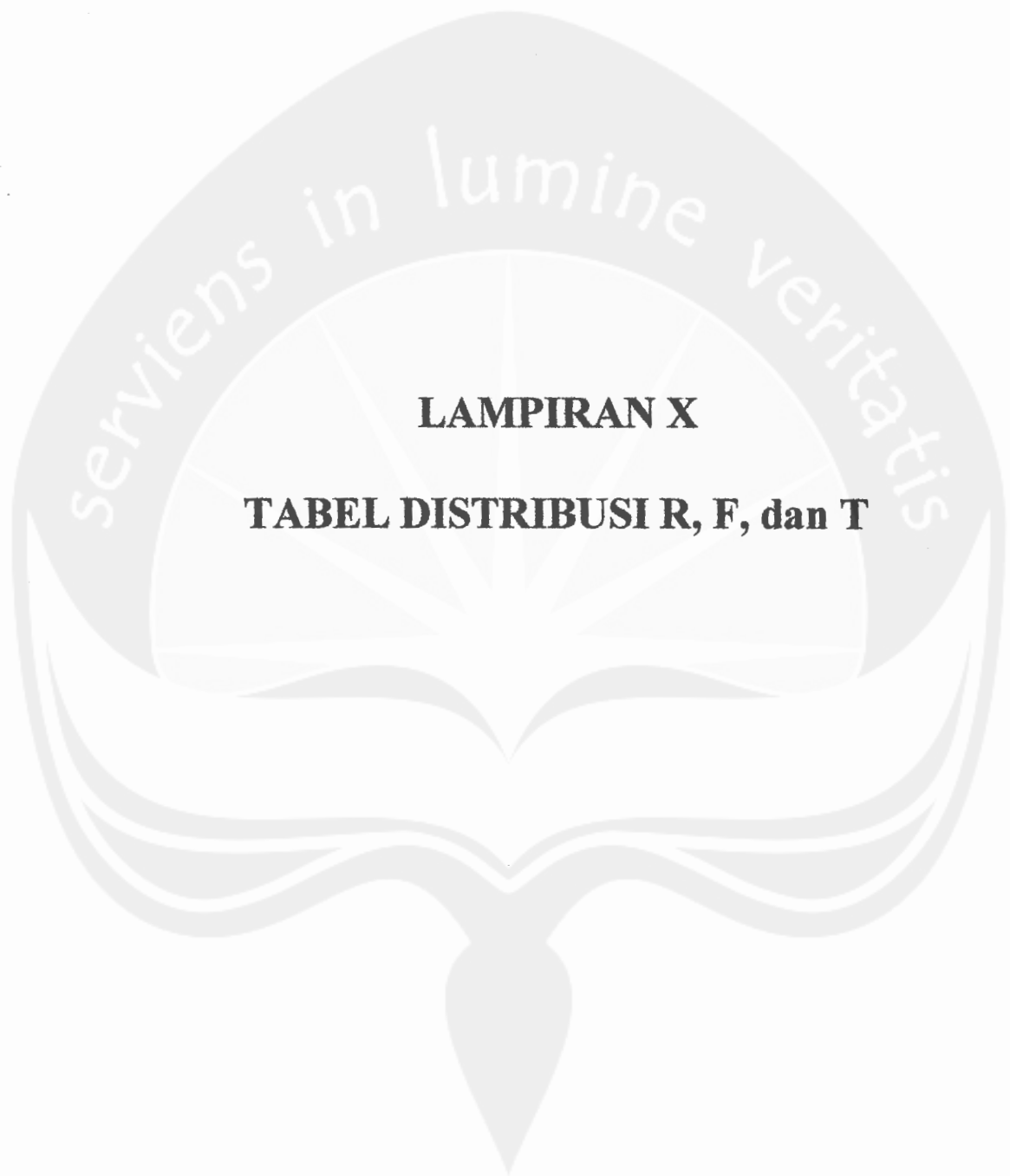
	manip_1	manip_2	manip_3	pend_1	pend_2	pend_3	pend_4
1	4	4	4	3	5	4	4
2	3	3	2	3	5	3	2
3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3
5	4	4	3	4	4	4	4
6	4	4	3	4	4	4	4
7	4	5	4	3	4	4	5
8	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	3	4	4
10	4	4	4	5	5	5	5
11	4	3	4	4	4	4	3
12	4	2	3	3	2	4	2
13	3	3	3	3	2	3	3
14	3	2	3	4	3	5	4
15	2	2	2	3	5	4	4
16	4	4	4	3	3	3	3
17	3	3	3	4	4	3	3
18	3	3	3	4	4	3	4
19	3	2	3	3	5	3	2
20	3	3	3	4	4	4	4
21	3	2	3	4	4	4	4
22	2	2	2	4	4	4	4
23	3	3	3	4	4	4	3
24	5	4	5	4	3	3	2
25	4	3	4	4	4	4	3
26	2	2	2	4	4	4	4
27	3	1	3	4	4	4	4
28	2	1	2	4	4	4	4
29	3	2	3	3	4	4	5
30	4	5	4	3	3	3	3
31	3	2	1	4	4	4	4
32	3	3	3	4	4	4	3
33	5	4	4	3	3	4	3
34	2	2	2	4	5	4	4
35	4	4	3	3	2	5	5
36	2	1	2	5	5	5	5
37	3	3	4	4	4	4	3
38	4	5	5	3	2	4	2
39	3	4	3	4	4	4	3
40	2	3	3	4	3	5	4
41	1	2	2	4	5	4	5
42	2	2	3	3	5	4	4
43	4	5	5	3	3	3	3
44	4	4	4	3	5	3	2
45	3	2	2	4	4	5	3
46	3	2	2	4	3	5	4
47	3	2	2	4	4	4	4
48	2	3	4	4	4	4	3
49	5	4	4	4	3	3	2
50	3	4	4	3	3	3	4
51	4	4	4	4	4	4	3
52	2	3	2	4	4	4	4
53	2	3	2	4	4	4	4

Case Summaries

	manip_1	manip_2	manip_3	pend_1	pend_2	pend_3	pend_4
54	5	4	4	3	3	3	3
55	3	2	3	4	4	4	4
56	2	3	2	3	4	4	5
57	4	3	5	3	3	3	3
58	3	2	3	4	4	4	4
59	4	4	4	3	3	4	3
60	2	2	3	4	5	4	4
61	4	5	2	4	3	4	4
62	1	2	1	5	5	5	5
63	5	5	5	3	2	4	2
64	4	4	3	4	4	4	3
65	1	2	2	4	5	4	5
66	3	2	3	3	5	4	4
67	5	4	4	3	4	2	3
68	5	3	4	4	4	3	3
69	4	4	3	4	4	3	4
70	5	4	4	3	5	3	2
71	1	2	3	4	3	5	4
72	2	3	2	4	4	4	4
73	4	4	4	4	3	5	4
74	4	4	4	3	3	3	3
75	4	4	4	4	4	4	4
76	3	2	2	4	3	3	2
77	3	3	3	3	3	3	3
78	3	3	4	3	3	4	3
79	4	3	4	4	4	4	3
80	2	1	2	4	5	4	5
81	3	4	3	4	4	4	4
82	3	3	3	3	3	3	3
83	5	4	5	3	2	3	3
84	3	3	5	4	4	3	3
85	2	3	3	4	4	3	4
86	4	4	4	4	5	4	5
87	3	5	3	4	4	3	4
88	4	4	4	4	4	5	3
89	4	3	4	4	5	3	3
90	4	3	4	4	3	5	3
91	4	4	4	4	4	4	4
92	4	3	3	4	4	4	3
93	4	4	4	4	5	4	4
94	2	3	3	4	4	4	3
95	4	4	4	4	4	4	3
96	5	5	4	3	2	3	3
97	3	2	3	4	3	5	4
98	2	3	2	5	3	4	4
99	4	4	4	4	4	3	3
100	3	3	3	3	3	3	3
101	4	5	2	4	3	4	4
102	1	2	1	5	5	5	5
103	5	5	5	3	2	4	2
104	4	4	3	4	4	4	3
105	1	2	2	4	5	4	5
106	3	2	3	3	5	4	4

Case Summaries

	manip_1	manip_2	manip_3	pend_1	pend_2	pend_3	pend_4
107	5	4	4	3	4	2	3
108	5	3	4	4	4	3	3
109	4	4	3	4	4	3	4
110	5	4	4	3	5	3	2
111	1	2	3	4	3	5	4
112	2	3	2	4	4	4	4
113	4	4	4	4	3	5	4
114	4	4	4	3	3	3	3
115	4	4	4	4	4	4	4
116	3	2	2	4	3	3	2
117	3	3	3	3	3	3	3
118	3	3	4	3	3	4	3
119	4	3	4	4	4	4	3
120	2	1	2	4	5	4	6
121	3	4	3	4	4	4	4
122	3	3	3	3	3	3	3
123	5	4	5	3	2	3	3
124	3	3	5	4	4	3	3
125	2	3	3	4	4	3	4
126	4	4	4	4	5	4	5
127	3	5	3	4	4	3	4
128	4	4	4	4	4	5	3
129	4	3	4	4	5	3	3
130	4	3	4	4	3	5	3
131	4	4	4	4	4	4	4
132	4	3	3	4	4	4	3
133	4	4	4	4	5	4	4
134	2	3	3	4	4	4	3
135	4	4	4	4	4	4	3
136	5	5	4	3	2	3	3
137	3	2	3	4	3	5	4
138	2	3	2	5	3	4	4
139	4	4	4	4	4	3	3
140	3	3	3	3	3	3	3
141	4	5	2	4	3	4	4
142	1	2	1	5	5	5	5
143	5	5	5	3	2	4	2
144	4	4	3	4	4	4	3
145	1	2	2	4	5	4	5
146	3	2	3	3	5	4	4
147	6	4	4	3	4	2	3
148	5	3	4	4	4	3	3
149	4	4	3	4	4	3	4
150	5	4	4	3	5	3	2



LAMPIRAN X

TABEL DISTRIBUSI R, F, dan T

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

TABEL DISTRIBUSI F

DF	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89

TABEL DISTRIBUSI T

Df	10%	5%	DF	10%	5%	Df	10%	5%	DF	10%	5%
1	6.314	12.706	51	1.675	2.008	101	1.660	1.984	151	1.655	1.976
2	2.920	4.303	52	1.675	2.007	102	1.660	1.983	152	1.655	1.976
3	2.353	3.182	53	1.674	2.006	103	1.660	1.983	153	1.655	1.976
4	2.132	2.776	54	1.674	2.005	104	1.660	1.983	154	1.655	1.975
5	2.015	2.571	55	1.673	2.004	105	1.659	1.983	155	1.655	1.975
6	1.943	2.447	56	1.673	2.003	106	1.659	1.983	156	1.655	1.975
7	1.895	2.365	57	1.672	2.002	107	1.659	1.982	157	1.655	1.975
8	1.860	2.306	58	1.672	2.002	108	1.659	1.982	158	1.655	1.975
9	1.833	2.262	59	1.671	2.001	109	1.659	1.982	159	1.654	1.975
10	1.812	2.228	60	1.671	2.000	110	1.659	1.982	160	1.654	1.975
11	1.796	2.201	61	1.670	2.000	111	1.659	1.982	161	1.654	1.975
12	1.782	2.179	62	1.670	1.999	112	1.659	1.981	162	1.654	1.975
13	1.771	2.160	63	1.669	1.998	113	1.658	1.981	163	1.654	1.975
14	1.761	2.145	64	1.669	1.998	114	1.658	1.981	164	1.654	1.975
15	1.753	2.131	65	1.669	1.997	115	1.658	1.981	165	1.654	1.974
16	1.746	2.120	66	1.668	1.997	116	1.658	1.981	166	1.654	1.974
17	1.740	2.110	67	1.668	1.996	117	1.658	1.980	167	1.654	1.974
18	1.734	2.101	68	1.668	1.995	118	1.658	1.980	168	1.654	1.974
19	1.729	2.093	69	1.667	1.995	119	1.658	1.980	169	1.654	1.974
20	1.725	2.086	70	1.667	1.994	120	1.658	1.980	170	1.654	1.974
21	1.721	2.080	71	1.667	1.994	121	1.658	1.980	171	1.654	1.974
22	1.717	2.074	72	1.666	1.993	122	1.657	1.980	172	1.654	1.974
23	1.714	2.069	73	1.666	1.993	123	1.657	1.979	173	1.654	1.974
24	1.711	2.064	74	1.666	1.993	124	1.657	1.979	174	1.654	1.974
25	1.708	2.060	75	1.665	1.992	125	1.657	1.979	175	1.654	1.974
26	1.706	2.056	76	1.665	1.992	126	1.657	1.979	176	1.654	1.974
27	1.703	2.052	77	1.665	1.991	127	1.657	1.979	177	1.654	1.973
28	1.701	2.048	78	1.665	1.991	128	1.657	1.979	178	1.653	1.973
29	1.699	2.045	79	1.664	1.990	129	1.657	1.979	179	1.653	1.973
30	1.697	2.042	80	1.664	1.990	130	1.657	1.978	180	1.653	1.973
31	1.696	2.040	81	1.664	1.990	131	1.657	1.978	181	1.653	1.973
32	1.694	2.037	82	1.664	1.989	132	1.656	1.978	182	1.653	1.973
33	1.692	2.035	83	1.663	1.989	133	1.656	1.978	183	1.653	1.973
34	1.691	2.032	84	1.663	1.989	134	1.656	1.978	184	1.653	1.973
35	1.690	2.030	85	1.663	1.988	135	1.656	1.978	185	1.653	1.973
36	1.688	2.028	86	1.663	1.988	136	1.656	1.978	186	1.653	1.973
37	1.687	2.026	87	1.663	1.988	137	1.656	1.977	187	1.653	1.973
38	1.686	2.024	88	1.662	1.987	138	1.656	1.977	188	1.653	1.973
39	1.685	2.023	89	1.662	1.987	139	1.656	1.977	189	1.653	1.973
40	1.684	2.021	90	1.662	1.987	140	1.656	1.977	190	1.653	1.973
41	1.683	2.020	91	1.662	1.986	141	1.656	1.977	191	1.653	1.972
42	1.682	2.018	92	1.662	1.986	142	1.656	1.977	192	1.653	1.972
43	1.681	2.017	93	1.661	1.986	143	1.656	1.977	193	1.653	1.972
44	1.680	2.015	94	1.661	1.986	144	1.656	1.977	194	1.653	1.972
45	1.679	2.014	95	1.661	1.985	145	1.655	1.976	195	1.653	1.972
46	1.679	2.013	96	1.661	1.985	146	1.655	1.976	196	1.653	1.972
47	1.678	2.012	97	1.661	1.985	147	1.655	1.976	197	1.653	1.972
48	1.677	2.011	98	1.661	1.984	148	1.655	1.976	198	1.653	1.972
49	1.677	2.010	99	1.660	1.984	149	1.655	1.976	199	1.653	1.972
50	1.676	2.009	100	1.660	1.984	150	1.655	1.976	200	1.653	1.972