

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah ditampilkan dan dibahas dalam bab sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hubungan Beberapa Faktor-Sikap Konsumen terhadap *Gadget Counterfeit*

Sikap menurut Fishbein dan Azjen (1975) adalah sebagai jumlah dari afeksi (perasaan) yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu obyek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala evaluatif dua kutub misalnya baik dan jelek; setuju atau menolak, dan lainnya. Dalam model yang dikembangkan dalam penelitian ini, sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit* diperkirakan dipengaruhi oleh enam faktor yaitu: *price-quality inference*, penolakan risiko, risiko terpersepsi, norma subyektif, integritas dan gratifikasi pribadi. Berdasarkan hasil analisis dengan metode regresi linear berganda, ternyata tidak semua faktor-faktor tersebut berpengaruh secara signifikan pada sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit*. Dan faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan tersebut adalah integritas.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, faktor *price-quality inference*, penolakan risiko dan risiko terpersepsi memberikan hasil bahwa variabel-variabel tersebut berpengaruh secara signifikan pada sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit* dan hubungan yang terjadi adalah hubungan negatif.

Hal tersebut berarti konsumen yang memiliki kepedulian yang tinggi akan ketiga faktor tersebut akan cenderung bersikap negatif terhadap *gadget counterfeit*.

Norma subyektif berpengaruh signifikan dan berhubungan positif pada sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit*. Hal tersebut berarti semakin positif persepsi atau pandangan teman-teman/kerabat/orang di sekitar konsumen terhadap *gadget counterfeit*, maka konsumen tersebut akan semakin bersikap positif terhadap *gadget counterfeit*, demikian pula sebaliknya. Hubungan yang terjadi tersebut tentu tidak lepas dari karakteristik responden yang adalah mahasiswa dan berusia masih remaja, dimana seorang remaja akan cenderung melihat perilaku teman-temannya sebagai model acuan dalam menentukan perilaku konsumsi mereka (Schiffman dan Kanuk, 2010).

Integritas tidak berpengaruh signifikan dan berhubungan negatif pada sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit*. Alasan-alasan mengapa integritas ini tidak berpengaruh secara signifikan seperti telah dijelaskan dalam bab sebelumnya antara lain karena masih rendahnya kesadaran publik terhadap makna kekayaan intelektual, permasalahan penegakkan hukum di Indonesia yang masih lemah, negara-negara Asia Timur termasuk di dalamnya Indonesia, Macao, Hong Kong, Japan, Korea, Philipina, Singapura, Thailand dan Vietnam merupakan Negara yang termasuk dalam daftar yang tidak mengikuti secara ketat perlindungan atas kekayaan intelektual (Hidayat dan Phau, 2003) dan adanya perbedaan cara pandang budaya antara Barat dan Timur.

Gratifikasi pribadi berpengaruh signifikan dan berhubungan positif pada sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit*. Hubungan positif yang didapatkan

tersebut disebabkan karena konsumen di Indonesia memaknai kebutuhan akan prestasi, pengakuan sosial dan untuk menikmati hal-hal yang lebih baik dalam hidup (gratifikasi pribadi) tersebut dapat dicapai dengan dapat menggunakan barang-barang (dalam hal ini *gadget*) dengan merek tertentu yang sedang terkenal saat itu, tidak peduli apakah *gadget* tersebut asli ataupun *gadget counterfeit*.

2. Hubungan Sikap-Niat Konsumen untuk membeli *Gadget Counterfeit*

Hasil analisis menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit* berpengaruh signifikan dan berhubungan positif pada niat konsumen untuk membeli *gadget counterfeit*. Hal tersebut berarti konsumen yang bersikap semakin positif terhadap *gadget counterfeit*, akan memiliki niat untuk membeli *gadget counterfeit* yang semakin tinggi, demikian pula sebaliknya.

3. Analisis Uji Beda

Analisis uji beda *independent sample t-test* memberikan hasil bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara responden pria dan wanita dalam memberikan penilaian dalam variabel *price-quality inference*, penolakan risiko, risiko terpersepsi, norma subyektif, integritas, gratifikasi pribadi, sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit* dan niat konsumen untuk membeli *gadget counterfeit*.

Analisis uji beda *one way ANOVA* memberikan hasil bahwa terdapat perbedaan yang berarti/signifikan berdasarkan perbedaan tingkat pendapatan responden yaitu pada variabel *price-quality inference*, risiko terpersepsi, norma subyektif, sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit* dan niat konsumen untuk

membeli *gadget counterfeit*. Sedangkan pada variabel penolakan risiko, integritas dan gratifikasi pribadi tidak terdapat perbedaan yang berarti/signifikan berdasarkan perbedaan tingkat pendapatan responden.

5.2 Implikasi Manajerial

Dari pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya ditemukan ada lima faktor yang berpengaruh signifikan pada sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit*, yaitu *price-quality inference*, penolakan risiko, risiko terpersepsi, norma subyektif dan gratifikasi pribadi. Hasil tersebut dilihat dari variabel *price-quality inference* dapat digunakan oleh pihak perusahaan *gadget* sebagai pertimbangan untuk mengembangkan strategi pemasaran khususnya dalam hal penentuan harga/*pricing*. Jika strategi *pricing* ini berhasil dengan baik diharapkan akan didapatkan harga yang cocok yang dapat menggambarkan kualitas produk *gadget* perusahaan tersebut dan dapat sebagai pembeda bagi konsumen dalam pertimbangan dalam hal *price-quality inference* antara *gadget* mereka dengan *gadget counterfeit*.

Variabel penolakan risiko dan risiko terpersepsi yang berhubungan negatif terhadap sikap dapat digunakan oleh pihak perusahaan untuk semakin meningkatkan kualitas produknya dan mengurangi ketidakpastian bagi konsumen ketika membeli *gadget*. mengurangi ketidakpastian dapat dilakukan dengan memberikan jaminan keamanan (garansi) yang baik sehingga harapan konsumen akan *gadget* yang berkualitas dan dengan jaminan yang pasti akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen sekaligus menekan tingkat pemalsuan *gadget*.

Norma subyektif berpengaruh signifikan dan berhubungan positif terhadap sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit*. Hal ini dapat digunakan oleh perusahaan *gadget* misalnya dengan membangun komunitas. Selain untuk membangun hubungan dengan konsumen, komunitas jika berkembang menjadi besar dapat meningkatkan norma subyektif calon-calon konsumen untuk semakin mengarahkan agar membeli *gadget* dengan merek tertentu yang ada pada komunitas tersebut. Contoh nyata dari penerapan strategi ini misalnya adanya fasilitas *BlackBerry Messenger* (BBM) yang diberikan oleh *BlackBerry*. Dengan adanya fasilitas ini, maka akan terbentuk komunitas-komunitas tertentu yang gemar menggunakan fasilitas BBM ini, bahkan dapat terbentuk grup-grup tersendiri dalam fasilitas BBM tersebut. Hal ini akan membuat misalnya seorang konsumen akan membeli produk *knockoff* dari *BlackBerry* ini misalnya *BleuBerry*, maka konsumen akan merasa malu dengan sendirinya karena produk *BleuBerry* tersebut tidak memberikan fasilitas BBM seperti pada *BlackBerry*, sehingga dengan *BleuBerry* konsumen tersebut tidak dapat bergabung dengan komunitas yang menggunakan BBM tersebut. Mungkin hal tersebut jugalah yang membuat *BlackBerry* menjadi salah satu *gadget* yang paling laris dan paling dicari di Indonesia seperti tergambar juga dalam hasil dalam penelitian ini.

Gratifikasi pribadi memberikan hasil yang signifikan dan berhubungan positif terhadap sikap konsumen terhadap *gadget counterfeit*. Berdasarkan hasil tersebut pihak perusahaan *gadget* harus dapat membuat produk mereka memberikan nilai yang dapat menjadi kebanggaan dan menunjukkan pencapaian prestasi serta kesuksesan konsumen tersebut. Apalagi dengan kondisi di Indonesia

dimana bagi sebagian besar konsumen di Indonesia menggunakan *gadget* dengan merek tertentu akan memberikan kebanggaan tersendiri. Karena itu, faktor gratifikasi pribadi ini dapat digunakan sebagai landasan untuk membangun citra dari produk *gadget* mereka lebih superior/hebat dibandingkan *gadget counterfeit*.

Integritas tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap, tetapi memiliki hubungan yang negatif. Hasil dari variabel merupakan pekerjaan rumah bagi pemerintah untuk membenahi hukum, perundang-undangan dan harus semakin tegas dalam menegakkan hukum khususnya dalam kasus produk-produk *counterfeit* yang masih banyak dan dengan bebas beredar di Indonesia. Hal tersebut harus segera dilakukan karena produk-produk *counterfeit* selain merugikan perusahaan yang produknya dipalsukan dan konsumen itu sendiri juga merugikan pemasukan negara melalui pajak.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yaitu dalam hal lokasi lingkup penelitian dan sampel penelitian. Karena pengambilan sampel dilakukan di beberapa area tertentu, maka dapat memunculkan kesempatan terjadinya bias dalam pemilihan sampel. Lingkup penelitian ini juga hanya dilakukan di satu kota yaitu Yogyakarta, sehingga dirasa kurang mewakili konsumen Indonesia secara keseluruhan. Kemudian konsumen yang dijadikan sampel adalah mahasiswa, sehingga tidak mencakup semua konsumen dan tidak menggambarkan hasil dan kriteria-kriteria tertentu dari cakupan konsumen yang sebenarnya sangatlah luas.

Keterbatasan yang ketiga adalah kesesuaian antara alat analisis dan model yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Matos *et al.* dalam menguji model penelitiannya menggunakan SEM, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis regresi dengan SPSS sebagai alat analisisnya. Hal ini dapat membuat bias dalam hal hasil penelitian, interpretasi dan hubungan antar variabel dalam model penelitian.

Keterbatasan yang terakhir adalah variabel gratifikasi pribadi hanya diwakili dengan satu pertanyaan saja sehingga tidak dapat diuji tingkat reliabilitas dan validitasnya, dan juga dirasa kurang mewakili variabel gratifikasi pribadi secara keseluruhan.

5.4. Saran

Penelitian selanjutnya dapat memperluas jangkauan penelitian dengan mengambil sampel di beberapa kota, sehingga dapat lebih menggambarkan hasil dari konsumen Indonesia secara lebih luas. Selain itu, dengan pengambilan sampel di beberapa kota, peneliti dapat membandingkan hasil dari suatu kota dengan kota lainnya yang dapat menjadi pembeda karakteristik maupun pandangan dan penilaian konsumen pada kota-kota tersebut terhadap *gadget counterfeit*.

Penelitian selanjutnya juga dapat mengadopsi ataupun mengembangkan model dalam penelitian ini untuk riset-riset selanjutnya dengan obyek-obyek penelitian lainnya. Dengan begitu akan dapat dibandingkan sikap/pandangan dan

niat beli konsumen terhadap *gadget counterfeit* dengan produk-produk *counterfeit* lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Ang, S.H., Cheng, P.S., Lim, E.A.C. and Tambyah, S.K.(2001). Spot the difference: consumer responses towards counterfeits, *Journal of Consumer Marketing*, 18 (3), 219-35.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Bearden, W.O., Netemeyer, R.G. and Teel, J.E. (1989), "Measurement of consumer susceptibility to interpersonal influence", *Journal of Consumer Research*, Vol. 15 No. 4, pp. 473-81.
- Bloch, P.H., Bush, R.F. and Campbell, L. (1993). Consumer 'Accomplices' in product counterfeiting; a demand side investigation, *Journal of Consumer Marketing*, 10 (4), 27-36.
- Bonoma, T.V. and Johnston, W.J. (1979). Decision making under uncertainty: a direct measurement approach, *Journal of Consumer Research*, 6 (2), 177-91.
- Dowling, G.R. and Staelin, R. (1994). A model of perceived risk and intended risk-handling activity, *Journal of Consumer Research*, 21 (1), 119-34.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975) Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Reading: Addison-Wesley Publishing Company.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1981). Attitudes and voting behaviour: An application of the theory of reasoned action. In G. M. Stephenson & J. M. Davis (Eds.), *Progress in applied social psychology* (Vol. 1, pp. 95-125). London: Wiley.
- Hadi, S. (1991). Analisa Butir untuk Instrumen Angket, Tes Dan Skala Nilai Denan BASICA. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hidayat, A., and Phau, I. (2003). Pembajakan Produk: Dilema Budaya Antara Barat dan Timur. Kajian Lietratur pada Sisi Permintaan, *Journal Siasat Bisnis*, 2 (8), 189-217.
- Hidayat, A., and Mizerski, K. (2005). Pembajakan Produk: Problema, Strategi dan Atisipasi Strategi, *Journal Siasat Bisnis*, 1 (10), 95-122.

- Huang, J.H., Lee, B.C.Y. and Ho, S.H. (2004). Consumer attitude toward gray market goods, *International Marketing Review*, 21 (6), 598-614.
- Kuncoro, M. (2003). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lewis, K. (2010), The Fake and The Fatal: The Consequences of Counterfeits, *The Park Place Economist*, Volume XVII.
- Lichtenstein, D.R., Ridgway, N.M. and Netemeyer, R.G. (1993). Price perceptions and consumer shopping behavior: a field study, *Journal of Marketing Research*, 30 (2), 234-45.
- Matos, C.A., Ituassu, C.T., and Rossi, C. A. V. (2007). Consumer attitudes toward counterfeits: a review and extension, *Journal of Consumer Marketing*, 24 (1), 36–47.
- Melita (2011). Hubungan karakteristik BB_Shop, Kualitas Hubungan, WOM dan Niat Beli Ulang dalam BlackBerry Shopping. MM Tesis, Program Pasca Sarjana, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Nordin, N. (2009). A Study on Consumers' Attitude towards Counterfeit Products in Malaysia. MBA Thesis, Malaya University, Faculty of Economics and Administrative Sciences.
- Nisfiannoor, M. (2009), *Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Phau, I., Teah, M. and Lee, A. (2009). Targeting buyers of counterfeits of luxury brands: A study on attitudes of Singaporean consumers, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 17 (1), 3–15.
- Phau, I., Sequeira, M. and Dix, S. (2009). Consumers' willingness to knowingly purchase counterfeit products, *Direct Marketing: An International Journal*, 3 (4), 262–281.
- Sahin, A., and Altigan, KO. (2011). Analyzing Factors that Drive Consumers to Purchase Counterfeits of Luxury Branded Products, *Journal of American Academy of Business, Cambridge*, 17 (1).
- Schiffman, L.G. and Kanuk, L.L., 2010, *Consumer Behavior*. Pearson Prentice Hall, New Jarsey.

Sekaran, U., Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business 5th Edition*. West Sussex: John Wiley and Sons, Ltd, Publication.

Tjiptono, F. (2005). *Brand management and Strategy*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Zikmund, W.G., Babin, B.J. (2010). *Exploring Marketing Research 10th Edition*. Printed in China: SOUTH-WESTERN CENGAGE Learning.

Zeithaml, V.A., Parasuraman, A. and Berry, L.L. (1996). The behavioral consequences of service quality, *Journal of Marketing*, 60, 31-43.

<http://www.miap.or.id>, diakses pada 19 Februari 2012.

<http://www.antaraneews.com>, diakses pada 13 September 2012.

<http://www.bisnis-jatim.com>, diakses pada 13 September 2012.

<http://www.news.detik.com>, diakses pada 13 September 2012.



LAMPIRAN 1

Kuesioner

Dalam rangka penelitian untuk menyelesaikan Tesis mengenai Analisis Sikap dan Niat Beli Konsumen terhadap Produk **gadget Gray Market/Counterfeit/Knockoff**, maka saya:

Nama/NIM : Januar Sutrisno/115001549

Program Studi : Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Mohon kesediaan anda untuk meluangkan sedikit waktu untuk mengisi kuesioner berikut ini. Atas waktu dan kesediaannya saya ucapkan banyak terima kasih.

Gadget adalah istilah lain dari piranti atau instrumen elektronik yang bertujuan dan memiliki fungsi praktis tertentu (contohnya antara lain *blackberry*, *handphone*, *smart phone*, *tablet*, *laptop*, *MP3 Player*, kamera, *handycam*, *head phones*, *video game* dll).

Gadget Gray Market (Black Market/BM) adalah *gadget* bermerk asli, dibedakan hanya dari jalur penjualan yang tidak sah oleh pemilik merk dagang (contohnya yaitu *gadget-gadget* yang dijual tanpa garansi resmi dari pemilik merk dagang).

Gadget Counterfeit yaitu *gadget-gadget* tiruan yang memalsukan atau membajak nama merek, simbol, logo, atau merek dagang produk asli/orisinal (biasanya merek-merek ternama).

Gadget Knockoff yaitu produk-produk tiruan yang sangat mirip atau kompatibel dengan produk orisinal, tapi menggunakan nama merek sendiri. (contohnya yaitu BlackBerry, BlueBerry dan BleckBarry yang merupakan *knockoff* dari BlackBerry).

Untuk pertanyaan-pertanyaan maupun pernyataan-pernyataan selanjutnya, istilah **Black Market, Counterfeit dan Knockoff** akan disebutkan dengan istilah **BM**.

Silahkan pilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan jawaban Anda dengan memberikan tanda centang (✓) pada jawaban yang anda pilih.

1. Apakah anda pernah membeli *gadget* BM?
☐ Pernah ☐ Tidak pernah
2. Jenis kelamin: ☐ Pria ☐ Wanita
3. Usia : tahun
4. Pendapatan/uang saku rata-rata per bulan:

☐ ≤ Rp. 500.000,-	☐ Rp. 1.000.001,— Rp. 1.250.000,-
☐ Rp. 500.001,— Rp. 750.000,-	☐ Rp. 1.250.001,— Rp. 1.500.000,-
☐ Rp. 750.001,— Rp. 1.000.000,-	☐ ≥ Rp. 1.500.001,-
5. Kategori dan merek *gadget* BM yang pernah anda beli:
(boleh memilih lebih dari 1):

☐ <i>blackberry</i>	☐ <i>MP3 player</i> / merek.....
☐ <i>handphone</i> / merek.....	☐ kamera / merek.....
☐ <i>smart phone</i> / merek.....	☐ <i>handycam</i> / merek.....
☐ <i>tablet</i> / merek.....	☐ <i>head phones</i> / merek.....
☐ <i>laptop</i> / merek.....	☐ <i>video game</i> / merek.....
☐ Lainnya,tolong sebutkan.....	
.....	

Semua pernyataan berikut ini terkait dengan **gadget BM** yang dipasarkan.

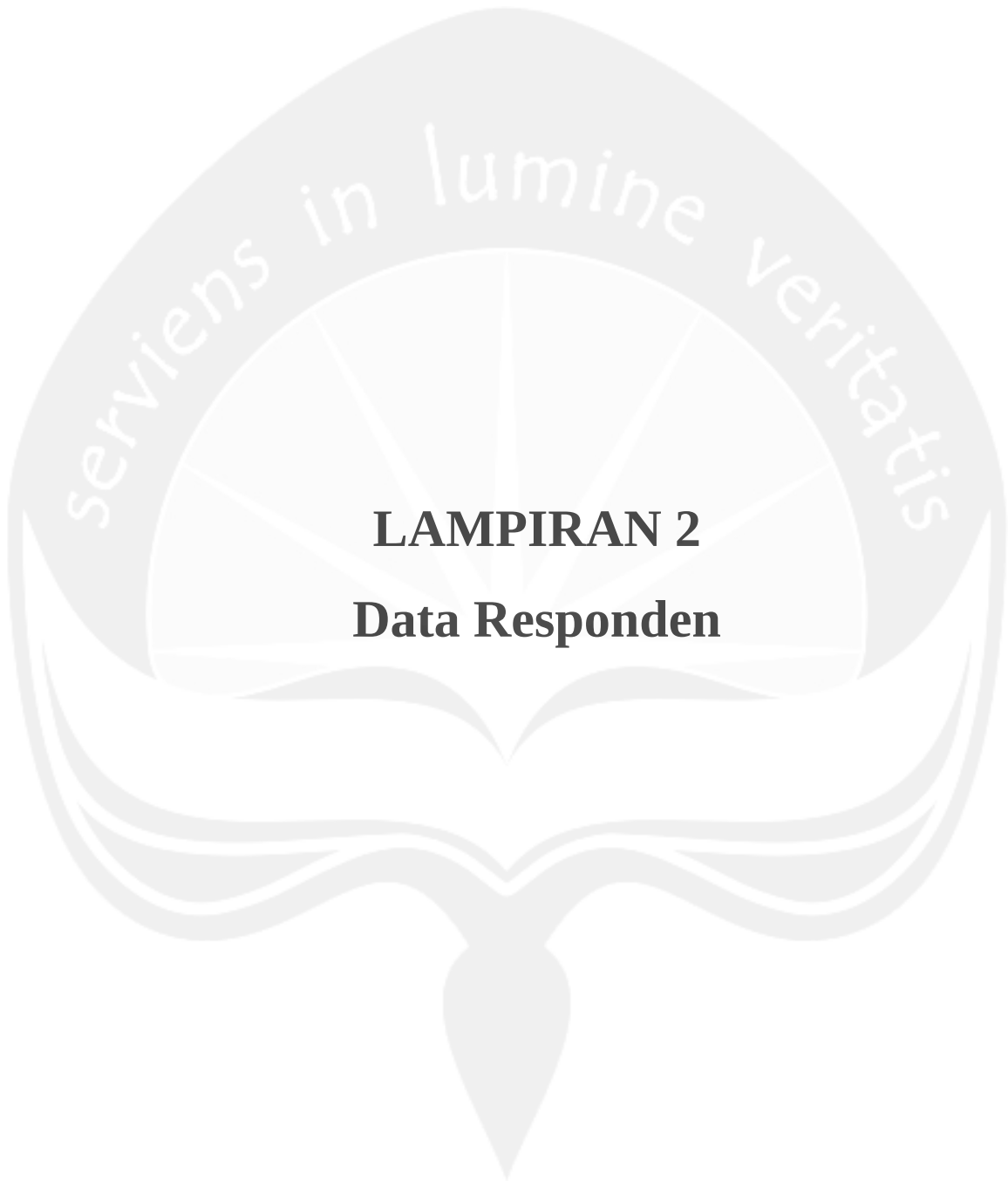
Tidak ada jawaban yang salah, pernyataan-pernyataan berikut ini adalah persepsi Anda terhadap gadget BM.

Keterangan: **STS:** Sangat Tidak Setuju **SS:** Sangat Setuju

Kode	Pernyataan	STS ← → SS						
		1	2	3	4	5	6	7
PQ1	Menurut saya, semakin mahal harga suatu <i>gadget</i> , semakin tinggi pula kualitas <i>gadget</i> tersebut.							
PQ2	Menurut saya, harga suatu <i>gadget</i> merupakan indikator yang baik atas kualitasnya							
PQ3	Saya membayar sedikit lebih mahal untuk <i>gadget-gadget</i> terbaik.							
PR1	Saya tidak suka mengambil risiko jika membeli suatu <i>gadget</i> .							
PR2	Saya ingin memastikan bahwa <i>gadget</i> yang saya beli bagus sebelum saya membelinya.							
PR3	Saya tidak suka ketidakpastian ketika membeli suatu <i>gadget</i> .							
RT1	Bagi saya, membeli <i>gadget</i> BM berisiko tinggi.							
RT2	Kemungkinan besar <i>gadget</i> BM yang saya beli tidak berfungsi.							
RT3	Membeli <i>gadget</i> BM merupakan keputusan yang buruk.							
NS1	Kerabat dan teman-teman saya setuju saya membeli <i>gadget</i> BM.							
NS2	Kerabat dan teman-teman saya ingin saya membeli <i>gadget</i> BM.							
IN1	Menurut saya, kejujuran sebagai ukuran kualitas yang penting dari karakter seseorang.							
IN2	Menurut saya, setiap orang hendaknya bersikap sopan.							
IN3	Saya mengagumi orang yang bertanggung jawab.							
IN4	Saya menyukai orang yang mampu mengendalikan diri.							
GP1	Saya berusaha untuk berprestasi.							
SK1	Saya lebih memilih <i>gadget</i> BM dengan alasan harga.							
SK2	Saya suka berbelanja <i>gadget</i> BM.							
SK3	Membeli <i>gadget</i> BM lebih menguntungkan saya.							
SK4	Menurut saya, membeli <i>gadget</i> BM bukanlah tindakan yang salah.							
SK5	Menurut saya, membeli <i>gadget</i> BM merupakan pilihan yang lebih baik.							

Keterangan: **STM:** Sangat Tidak Mungkin **SM:** Sangat Mungkin

Kode	Pernyataan	STM ← → SM						
		1	2	3	4	5	6	7
NK1	<i>Gadget</i> BM menjadi alternatif pilihan saya ketika membeli suatu <i>gadget</i> .							
NK2	Saya membeli <i>gadget</i> BM.							
NK3	Saya merekomendasikan kepada teman dan kerabat agar mereka membeli <i>gadget</i> BM.							
NK4	Saya menyampaikan hal-hal positif tentang <i>gadget</i> BM.							



LAMPIRAN 2
Data Responden

Responden	Pernah	Gender	Usia	Income	PQ1	PQ2	PQ3	PQ	PR1	PR2	PR3	PR	RT1	RT2	RT3	RT	NS1	NS2	NS
1	1	1	21	1	5	6	5	5,33	6	6	6	6,00	5	5	6	5,33	5	6	5,50
2	1	1	22	1	3	5	2	3,33	6	6	6	6,00	6	7	7	6,67	3	3	3,00
3	1	1	22	1	7	4	4	5,00	4	6	6	5,33	2	7	7	5,33	2	2	2,00
4	1	2	23	1	2	2	6	3,33	6	7	6	6,33	7	4	7	6,00	2	2	2,00
5	1	1	23	2	6	6	6	6,00	7	6	6	6,33	7	6	7	6,67	1	1	1,00
6	1	1	19	2	5	6	5	5,33	7	7	7	7,00	6	6	6	6,00	5	4	4,50
7	1	2	20	2	7	6	7	6,67	5	4	6	5,00	2	4	3	3,00	3	3	3,00
8	1	1	20	2	6	6	5	5,67	7	6	3	5,33	5	5	5	5,00	3	5	4,00
9	1	1	20	3	7	7	6	6,67	7	7	7	7,00	7	6	6	6,33	7	1	4,00
10	1	1	18	1	6	4	4	4,67	7	7	7	7,00	6	7	6	6,33	4	4	4,00
11	1	1	22	1	6	7	6	6,33	7	7	7	7,00	4	6	4	4,67	2	2	2,00
12	1	2	21	1	2	5	4	3,67	6	7	6	6,33	6	6	4	5,33	3	2	2,50
13	1	1	21	2	5	4	6	5,00	6	6	5	5,67	4	4	4	4,00	3	4	3,50
14	1	2	20	1	6	6	6	6,00	6	6	4	5,33	3	3	2	2,67	5	4	4,50
15	1	1	18	1	6	6	6	6,00	6	6	4	5,33	4	3	4	3,67	2	3	2,50
16	1	1	21	1	6	6	6	6,00	5	7	7	6,33	6	6	6	6,00	2	2	2,00
17	1	1	21	2	6	6	6	6,00	6	6	6	6,00	6	4	4	4,67	2	2	2,00
18	1	2	20	1	7	7	7	7,00	2	2	2	2,00	6	6	6	6,00	6	6	6,00
19	1	1	18	1	7	7	7	7,00	7	7	6	6,67	2	2	4	2,67	4	4	4,00
20	1	1	20	1	4	5	6	5,00	7	7	3	5,67	6	4	6	5,33	4	3	3,50
21	1	1	24	2	6	7	5	6,00	7	7	5	6,33	4	4	5	4,33	5	5	5,00
22	1	2	20	1	6	6	6	6,00	6	6	6	6,00	6	6	5	5,67	6	5	5,50
23	1	2	20	2	6	6	6	6,00	7	6	6	6,33	6	6	4	5,33	2	1	1,50
24	1	1	22	1	6	6	6	6,00	6	6	6	6,00	7	7	4	6,00	4	4	4,00
25	1	1	18	1	7	7	7	7,00	2	7	3	4,00	7	6	4	5,67	1	3	2,00
26	1	1	17	2	6	5	5	5,33	5	7	7	6,33	7	5	7	6,33	3	2	2,50
27	1	2	20	3	5	4	4	4,33	7	7	7	7,00	2	2	3	2,33	2	2	2,00
28	1	1	25	2	4	4	6	4,67	1	1	1	1,00	5	5	6	5,33	4	5	4,50
29	1	2	19	2	6	6	6	6,00	7	7	6	6,67	6	6	6	6,00	4	3	3,50
30	1	1	23	2	3	6	6	5,00	7	6	7	6,67	7	7	6	6,67	1	1	1,00
31	1	2	24	1	6	6	6	6,00	6	4	6	5,33	6	4	6	5,33	6	7	6,50
32	1	1	19	2	6	6	6	6,00	6	5	6	5,67	6	4	6	5,33	2	2	2,00
33	1	1	20	1	7	7	7	7,00	7	7	7	7,00	7	7	7	7,00	2	2	2,00
34	1	1	22	2	6	2	6	4,67	2	6	4	4,00	6	6	1	4,33	2	4	3,00
35	1	1	22	2	6	4	4	4,67	6	7	4	5,67	4	4	4	4,00	2	2	2,00
36	1	1	21	2	7	7	6	6,67	5	7	7	6,33	5	4	5	4,67	6	6	6,00
37	1	1	22	1	6	6	6	6,00	5	6	5	5,33	3	4	3	3,33	5	5	5,00
38	1	1	25	2	7	7	7	7,00	7	7	7	7,00	5	6	7	6,00	5	3	4,00
39	1	2	23	1	6	6	6	6,00	4	6	5	5,00	5	6	6	5,67	6	6	6,00
40	1	2	20	1	5	5	5	5,00	7	7	2	5,33	4	4	3	3,67	3	3	3,00
41	1	1	22	2	6	6	7	6,33	6	6	6	6,00	7	4	4	5,00	2	3	2,50
42	1	1	24	2	5	5	2	4,00	6	6	6	6,00	5	6	5	5,33	3	2	2,50
43	1	2	22	1	6	6	6	6,00	6	6	6	6,00	7	5	6	6,00	6	5	5,50
44	1	2	22	2	6	6	7	6,33	6	6	7	6,33	6	6	6	6,00	4	4	4,00
45	1	1	23	2	6	6	5	5,67	7	7	6	6,67	6	6	6	6,00	4	4	4,00
46	1	1	22	1	6	7	6	6,33	6	6	6	6,00	5	4	4	4,33	6	6	6,00
47	1	1	22	1	6	5	6	5,67	3	6	6	5,00	6	4	4	4,67	4	4	4,00
48	1	1	21	3	6	6	6	6,00	5	7	5	5,67	6	5	4	5,00	2	4	3,00
49	1	2	22	2	2	6	6	4,67	6	6	2	4,67	1	7	7	5,00	1	1	1,00
50	1	1	23	1	6	6	6	6,00	3	3	3	3,00	6	6	3	5,00	6	5	5,50
51	1	1	23	2	6	6	6	6,00	5	6	6	5,67	5	6	6	5,67	4	3	3,50
52	1	1	24	1	6	5	6	5,67	5	4	6	5,00	4	3	4	3,67	4	4	4,00

53	1	1	23	1	6	5	6	5,67	7	7	7	7,00	4	4	3	3,67	2	1	1,50
54	1	2	24	1	6	6	6	6,00	7	6	6	6,33	6	6	4	5,33	2	4	3,00
55	1	2	18	2	5	7	7	6,33	5	6	4	5,00	7	6	6	6,33	3	3	3,00
56	1	2	21	1	5	4	4	4,33	7	7	7	7,00	4	5	5	4,67	3	2	2,50
57	1	1	21	3	5	5	7	5,67	7	7	7	7,00	6	6	6	6,00	4	4	4,00
58	1	1	21	2	6	2	7	5,00	7	7	5	6,33	6	6	7	6,33	1	1	1,00
59	1	1	20	1	4	6	6	5,33	6	7	7	6,67	2	2	4	2,67	2	2	2,00
60	1	1	19	3	6	4	2	4,00	7	7	7	7,00	1	2	7	3,33	2	1	1,50
61	1	2	21	1	6	6	4	5,33	6	6	6	6,00	4	4	2	3,33	4	4	4,00
62	1	2	19	1	5	5	3	4,33	5	5	4	4,67	6	5	5	5,33	5	5	5,00
63	1	1	22	2	6	6	5	5,67	7	6	7	6,67	4	4	3	3,67	4	4	4,00
64	1	1	25	1	6	5	5	5,33	6	6	6	6,00	6	5	5	5,33	6	5	5,50
65	1	2	22	3	7	7	7	7,00	7	7	7	7,00	7	4	7	6,00	1	1	1,00
66	1	1	22	2	6	6	6	6,00	2	1	6	3,00	6	6	4	5,33	1	2	1,50
67	1	2	25	2	7	7	7	7,00	7	7	7	7,00	6	6	6	6,00	2	2	2,00
68	1	1	22	2	7	7	7	7,00	7	7	7	7,00	6	6	6	6,00	2	2	2,00
69	1	1	19	2	7	7	6	6,67	4	3	3	3,33	7	6	6	6,33	2	1	1,50
70	1	1	20	2	6	7	6	6,33	7	7	6	6,67	5	4	2	3,67	6	4	5,00
71	1	1	20	1	7	6	7	6,67	6	6	7	6,33	6	5	2	4,33	5	4	4,50
72	1	2	20	1	5	5	6	5,33	6	6	7	6,33	7	4	3	4,67	7	4	5,50
73	1	1	19	1	3	5	6	4,67	7	7	6	6,67	5	5	5	5,00	2	2	2,00
74	1	1	24	2	3	2	5	3,33	6	6	6	6,00	7	5	7	6,33	2	2	2,00
75	1	1	20	2	6	6	6	6,00	4	7	7	6,00	6	4	4	4,67	4	4	4,00
76	1	1	20	1	5	6	5	5,33	4	5	7	5,33	5	5	3	4,33	5	4	4,50
77	1	1	25	1	4	6	3	4,33	2	6	7	5,00	6	6	6	6,00	2	2	2,00
78	1	1	21	2	7	7	6	6,67	6	6	5	5,67	3	3	2	2,67	4	4	4,00
79	1	2	17	1	6	6	6	6,00	7	6	5	6,00	5	5	6	5,33	4	4	4,00
80	1	1	18	2	2	6	6	4,67	6	6	2	4,67	1	6	7	4,67	2	3	2,50
81	1	2	22	2	6	6	6	6,00	7	7	7	7,00	7	4	6	5,67	4	2	3,00
82	1	2	20	2	6	6	5	5,67	4	7	4	5,00	2	2	2	2,00	6	6	6,00
83	1	2	24	2	7	7	7	7,00	7	7	7	7,00	6	7	5	6,00	2	2	2,00
84	1	1	18	2	6	5	5	5,33	7	7	7	7,00	7	6	4	5,67	4	3	3,50
85	1	1	23	1	6	6	5	5,67	7	6	7	6,67	4	6	5	5,00	5	3	4,00
86	1	1	23	1	6	6	7	6,33	4	4	6	4,67	6	5	4	5,00	4	4	4,00
87	1	1	23	1	6	5	5	5,33	7	6	3	5,33	5	5	5	5,00	5	3	4,00
88	1	1	20	2	7	7	7	7,00	7	7	7	7,00	7	7	7	7,00	2	2	2,00
89	1	2	25	1	6	7	6	6,33	6	6	7	6,33	5	3	3	3,67	5	4	4,50
90	1	1	19	2	6	5	5	5,33	2	3	7	4,00	7	7	4	6,00	3	5	4,00
91	1	2	21	2	5	5	7	5,67	7	7	7	7,00	7	4	3	4,67	2	1	1,50
92	1	1	23	2	6	6	5	5,67	6	7	7	6,67	2	1	6	3,00	2	3	2,50
93	1	1	23	2	6	6	6	6,00	6	6	7	6,33	5	4	5	4,67	4	4	4,00
94	1	2	25	1	6	5	6	5,67	4	6	6	5,33	5	5	4	4,67	4	4	4,00
95	1	2	24	1	5	5	6	5,33	7	2	6	5,00	3	3	1	2,33	3	4	3,50
96	1	1	23	2	7	6	6	6,33	6	7	6	6,33	5	6	4	5,00	2	2	2,00
97	1	1	25	1	3	6	2	3,67	6	6	3	5,00	6	6	7	6,33	2	2	2,00
98	1	2	22	1	2	4	5	3,67	6	7	6	6,33	4	4	4	4,00	4	4	4,00
99	1	2	23	2	7	6	6	6,33	6	6	4	5,33	6	2	4	4,00	6	4	5,00
100	1	1	22	1	6	6	3	5,00	6	6	7	6,33	3	3	3	3,00	3	3	3,00
101	1	2	26	1	7	5	6	6,00	4	6	4	4,67	4	3	4	3,67	4	3	3,50
102	1	2	24	3	3	5	6	4,67	7	7	7	7,00	6	6	6	6,00	2	4	3,00
103	1	1	23	3	5	6	6	5,67	7	7	7	7,00	6	2	4	4,00	4	4	4,00
104	1	2	25	3	7	7	7	7,00	7	7	7	7,00	7	6	7	6,67	2	2	2,00
105	1	1	20	3	7	7	6	6,67	2	6	4	4,00	6	7	2	5,00	2	2	2,00

106	1	2	20	2	7	6	6	6,33	6	6	7	6,33	3	4	2	3,00	4	3	3,50
107	1	1	21	3	7	7	7	7,00	7	7	6	6,67	7	4	4	5,00	2	2	2,00
108	1	1	23	2	7	7	7	7,00	7	7	7	7,00	6	6	5	5,67	2	2	2,00
109	1	1	19	2	7	6	5	6,00	6	6	7	6,33	7	5	6	6,00	5	2	3,50
110	1	1	20	3	6	6	5	5,67	7	7	7	7,00	3	3	3	3,00	3	4	3,50
111	1	2	21	1	2	2	5	3,00	2	7	7	5,33	7	4	2	4,33	7	4	5,50
112	1	1	21	1	6	5	4	5,00	6	6	4	5,33	4	4	5	4,33	1	1	1,00
113	1	1	22	1	6	6	5	5,67	7	6	7	6,67	6	4	5	5,00	5	4	4,50
114	1	1	19	2	5	6	7	6,00	6	6	6	6,00	6	4	4	4,67	4	4	4,00
115	1	1	20	1	6	6	3	5,00	6	6	3	5,00	3	3	3	3,00	4	4	4,00
116	1	2	20	2	6	6	4	5,33	6	6	4	5,33	4	6	6	5,33	2	1	1,50
117	1	1	20	3	6	7	6	6,33	6	6	2	4,67	6	5	4	5,00	3	1	2,00
118	1	2	24	1	3	3	5	3,67	7	6	7	6,67	6	6	5	5,67	5	6	5,50
119	1	2	18	3	6	6	6	6,00	5	4	4	4,33	4	3	4	3,67	4	3	3,50
120	1	1	19	1	5	5	6	5,33	6	7	7	6,67	3	4	5	4,00	5	4	4,50
121	1	2	25	3	7	7	7	7,00	7	7	7	7,00	6	6	6	6,00	2	2	2,00
122	1	2	20	1	2	6	2	3,33	6	6	1	4,33	6	3	4	4,33	2	2	2,00
123	1	1	22	1	7	7	5	6,33	7	7	6	6,67	5	5	5	5,00	6	6	6,00
124	1	1	19	1	6	6	6	6,00	5	7	5	5,67	5	4	3	4,00	6	5	5,50
125	1	1	21	2	3	5	6	4,67	6	6	5	5,67	6	3	6	5,00	1	1	1,00
126	1	2	19	1	3	6	6	5,00	6	6	5	5,67	6	5	6	5,67	4	4	4,00
127	1	2	20	2	7	7	2	5,33	5	3	4	4,00	5	4	4	4,33	4	2	3,00
128	1	2	25	2	5	6	6	5,67	5	7	7	6,33	7	7	7	7,00	4	3	3,50
129	1	2	24	1	7	5	6	6,00	7	7	6	6,67	7	7	4	6,00	4	4	4,00
130	1	1	22	2	6	6	6	6,00	5	7	4	5,33	6	6	6	6,00	4	4	4,00
131	1	1	24	3	6	6	6	6,00	6	6	3	5,00	6	6	7	6,33	2	2	2,00
132	1	2	20	1	7	7	7	7,00	7	7	7	7,00	2	2	6	3,33	4	6	5,00
133	1	1	20	3	5	5	6	5,33	5	6	6	5,67	7	6	6	6,33	2	2	2,00
134	1	1	20	1	2	2	5	3,00	2	6	6	4,67	4	4	2	3,33	2	2	2,00
135	1	1	21	1	6	5	7	6,00	6	7	3	5,33	5	5	5	5,00	6	6	6,00
136	1	1	22	1	5	5	6	5,33	6	6	6	6,00	6	1	6	4,33	2	2	2,00
137	1	1	20	1	7	7	6	6,67	6	6	5	5,67	5	5	6	5,33	4	4	4,00
138	1	1	22	1	6	6	5	5,67	7	6	6	6,33	5	6	6	5,67	5	6	5,50
139	1	1	23	3	6	6	5	5,67	2	7	5	4,67	7	6	7	6,67	1	1	1,00
140	1	2	22	1	5	6	5	5,33	5	6	5	5,33	5	5	5	5,00	5	5	5,00
141	1	2	19	2	6	6	6	6,00	2	7	6	5,00	6	6	4	5,33	1	2	1,50
142	1	1	20	2	7	6	6	6,33	7	4	5	5,33	3	4	4	3,67	3	4	3,50
143	1	2	19	1	7	6	6	6,33	4	6	4	4,67	3	4	4	3,67	4	3	3,50
144	1	2	23	1	6	6	5	5,67	5	7	3	5,00	5	5	5	5,00	3	5	4,00
145	1	2	28	1	5	6	3	4,67	3	6	6	5,00	5	3	3	3,67	4	3	3,50
146	1	2	18	1	6	6	6	6,00	7	7	7	7,00	6	6	6	6,00	1	1	1,00
147	1	2	22	3	6	7	5	6,00	6	5	7	6,00	7	6	6	6,33	1	2	1,50

IN1	IN2	IN3	IN4	IN	GP	SK1	SK2	SK3	SK4	SK5	SK	NK1	NK2	NK3	NK4	NK	
6	6	6	6	6	6,00	6	6	6	6	5	6	5,80	7	7	6	7	6,75
7	7	7	7	7	7,00	7	5	2	5	6	6	4,80	6	5	5	5	5,25
7	7	7	7	7	7,00	7	5	4	4	2	5	4,00	2	4	3	1	2,50
7	7	7	7	7	7,00	7	3	4	6	5	6	4,80	3	6	2	5	4,00
7	7	7	7	7	7,00	7	1	1	1	1	1	1,00	2	2	2	2	2,00
7	7	7	7	7	7,00	6	5	4	4	4	3	4,00	2	3	2	2	2,25
6	6	7	7	7	6,50	7	3	4	4	4	4	3,80	5	6	4	3	4,50
7	7	7	7	7	7,00	7	4	3	5	5	4	4,20	6	6	4	5	5,25
7	7	7	7	7	7,00	7	2	2	7	7	7	5,00	1	1	1	1	1,00
7	7	7	7	6	6,75	6	3	5	4	4	4	4,00	3	5	3	4	3,75
7	7	7	7	7	7,00	7	3	2	4	4	6	3,80	5	5	5	5	5,00
7	7	7	7	7	7,00	6	4	4	4	4	6	4,40	6	6	2	2	4,00
6	6	7	7	7	6,50	6	4	2	4	3	3	3,20	4	3	3	3	3,25
6	6	6	6	6	6,00	6	7	5	6	6	5	5,80	7	6	5	6	6,00
7	7	7	7	6	6,75	6	2	4	6	6	6	4,80	5	5	4	5	4,75
6	7	7	7	7	6,75	7	5	5	3	2	2	3,40	7	6	2	2	4,25
7	6	6	6	6	6,25	6	2	2	4	4	4	3,20	3	3	4	4	3,50
6	6	6	6	6	6,00	6	6	6	6	6	6	6,00	7	7	7	7	7,00
6	6	7	6	6	6,25	6	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
7	7	7	7	6	6,75	6	4	4	4	4	3	3,80	4	5	6	4	4,75
6	7	7	7	7	6,75	7	5	4	5	5	4	4,60	6	6	5	5	5,50
6	6	6	6	6	6,00	6	5	5	5	6	5	5,20	6	6	6	6	6,00
6	6	6	6	6	6,00	7	6	4	4	6	2	4,40	5	6	1	1	3,25
6	7	7	6	6	6,25	5	6	2	4	5	4	4,20	7	6	3	4	5,00
7	7	6	6	6	6,50	7	2	1	2	1	2	1,60	7	4	1	4	4,00
6	6	7	7	7	6,50	6	2	2	4	4	4	3,20	6	6	4	4	5,00
6	6	6	6	6	6,00	5	3	3	5	5	4	4,00	4	4	2	2	3,00
6	6	7	7	7	6,50	5	5	2	4	6	3	4,00	6	6	3	3	4,50
7	6	7	6	6	6,50	6	2	2	2	3	2	2,20	2	2	2	2	2,00
7	7	7	7	7	7,00	7	1	1	1	1	1	1,00	2	2	2	2	2,00
7	7	7	6	6	6,50	7	4	6	6	6	7	5,80	6	6	6	4	5,50
6	6	6	6	6	6,00	6	2	2	2	2	2	2,00	3	2	2	3	2,50
7	7	7	7	7	7,00	7	2	2	2	2	2	2,00	2	2	2	2	2,00
7	2	7	7	6	5,50	6	6	6	6	6	7	6,20	2	6	2	1	2,75
7	7	7	7	7	7,00	7	4	4	4	5	6	4,60	4	4	4	4	4,00
6	6	6	6	6	6,00	6	4	4	5	5	5	4,60	6	6	4	4	5,00
6	6	6	6	6	6,00	5	5	5	6	6	5	5,40	5	5	5	5	5,00
7	7	7	7	7	7,00	7	6	6	4	6	2	4,80	2	2	3	3	2,50
7	7	7	7	7	7,00	7	6	6	6	5	6	5,80	4	4	4	4	4,00
4	7	6	5	5	5,50	6	4	3	4	7	4	4,40	6	6	5	4	5,25
6	6	7	6	6	6,25	7	3	2	4	4	6	3,80	3	3	3	2	2,75
4	6	6	6	6	5,50	4	5	4	4	4	4	4,20	7	5	4	3	4,75
6	6	6	6	6	6,00	6	5	5	5	6	5	5,20	6	6	6	6	6,00
6	7	7	7	7	6,75	6	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
6	6	6	6	6	6,00	7	5	4	6	2	2	3,80	5	5	4	2	4,00
7	7	7	7	7	7,00	7	1	1	2	2	6	2,40	6	6	6	7	6,25
6	6	7	7	7	6,50	6	3	2	3	6	3	3,40	5	6	5	4	5,00
6	6	6	6	6	6,00	7	4	4	5	6	3	4,40	6	3	5	6	5,00
4	7	7	7	7	6,25	7	7	7	6	5	6	6,20	7	1	1	1	2,50
6	6	6	6	6	6,00	5	6	6	5	5	5	5,40	7	6	5	5	5,75
6	6	6	6	6	6,00	6	4	4	4	4	4	4,00	5	6	4	4	4,75
6	7	6	7	7	6,50	7	5	5	3	4	2	3,80	4	4	5	3	4,00

7	7	7	6	6,75	6	5	4	3	4	3	3,80	6	6	5	3	5,00
7	7	7	7	7,00	7	6	6	3	3	4	4,40	7	6	4	4	5,25
7	7	7	7	7,00	7	2	4	4	3	3	3,20	4	4	3	3	3,50
6	7	7	7	6,75	6	2	2	3	4	4	3,00	5	5	4	3	4,25
6	6	6	6	6,00	6	3	3	4	5	3	3,60	5	4	3	3	3,75
7	7	7	7	7,00	7	1	2	2	2	2	1,80	6	2	2	1	2,75
6	6	6	6	6,00	6	4	4	4	6	4	4,40	4	4	4	4	4,00
7	7	7	7	7,00	7	2	2	2	6	2	2,80	3	1	1	1	1,50
6	6	6	6	6,00	6	6	6	4	4	4	4,80	6	6	6	6	6,00
7	6	6	6	6,25	6	4	4	4	6	4	4,40	5	5	5	4	4,75
7	7	7	7	7,00	6	5	6	5	5	5	5,20	5	5	3	4	4,25
6	6	6	6	6,00	6	6	6	6	6	5	5,80	7	6	7	7	6,75
5	5	5	5	5,00	5	1	7	1	1	1	2,20	1	1	1	1	1,00
6	6	6	6	6,00	7	6	4	2	6	4	4,40	6	5	1	1	3,25
7	7	7	7	7,00	7	2	2	2	2	2	2,00	3	3	2	3	2,75
7	7	7	7	7,00	7	2	2	2	4	6	3,20	3	3	3	3	3,00
6	7	6	6	6,25	4	2	2	2	3	2	2,20	7	2	1	1	2,75
7	6	7	7	6,75	7	4	4	6	6	6	5,20	5	2	2	4	3,25
4	5	6	7	5,50	5	5	4	4	6	7	5,20	7	6	6	5	6,00
7	6	6	7	6,50	7	5	4	5	7	4	5,00	6	6	5	4	5,25
7	6	7	7	6,75	7	6	6	3	4	4	4,60	5	5	4	3	4,25
6	6	7	6	6,25	6	5	5	6	6	5	5,40	3	2	2	1	2,00
6	6	6	6	6,00	6	3	3	4	4	4	3,60	7	4	2	2	3,75
5	5	6	6	5,50	7	6	6	5	5	5	5,40	7	6	5	5	5,75
6	6	6	6	6,00	7	2	2	4	4	4	3,20	6	6	4	4	5,00
6	5	6	7	6,00	5	3	3	4	4	3	3,40	5	5	3	4	4,25
7	7	6	6	6,50	7	3	3	5	5	4	4,00	6	6	5	6	5,75
5	6	6	6	5,75	6	5	5	7	6	6	5,80	6	1	1	2	2,50
7	7	7	7	7,00	7	4	4	6	5	4	4,60	3	3	2	2	2,50
5	5	5	4	4,75	5	3	4	6	2	2	3,40	4	5	3	3	3,75
7	7	7	7	7,00	7	2	2	4	7	4	3,80	2	2	2	2	2,00
7	7	7	7	7,00	7	3	3	3	4	4	3,40	5	4	3	3	3,75
7	6	7	7	6,75	6	2	2	2	3	3	2,40	3	4	3	3	3,25
5	6	6	6	5,75	4	2	3	2	3	3	2,60	5	3	5	4	4,25
7	6	6	7	6,50	7	3	4	5	4	5	4,20	5	6	4	6	5,25
7	7	7	7	7,00	7	2	2	2	2	2	2,00	2	2	2	2	2,00
6	7	7	7	6,75	7	4	4	4	4	5	4,20	5	4	4	6	4,75
7	7	7	7	7,00	7	4	5	4	6	6	5,00	5	6	4	3	4,50
7	6	7	7	6,75	6	3	2	4	4	4	3,40	3	4	2	1	2,50
6	7	7	7	6,75	7	3	3	2	2	2	2,40	2	2	2	1	1,50
7	6	7	7	6,75	4	4	4	5	6	3	4,40	5	3	5	2	3,75
6	6	6	6	6,00	6	4	4	5	6	4	4,60	5	5	4	4	4,50
6	6	6	7	6,50	6	4	4	4	6	6	4,80	5	6	4	3	4,50
7	6	7	6	6,50	6	2	4	5	6	4	4,20	3	3	4	4	3,50
6	7	7	7	6,75	7	2	4	2	2	2	2,40	5	4	3	4	4,00
6	6	6	6	6,00	5	5	5	5	6	5	5,20	5	4	4	4	4,25
6	6	6	6	6,00	6	4	4	4	6	4	4,40	4	6	4	4	4,50
7	6	6	6	6,25	6	6	6	3	3	5	4,60	5	5	4	5	4,75
7	6	6	7	6,50	6	4	4	4	5	4	4,20	6	5	5	5	5,25
6	7	6	6	6,25	4	3	2	2	6	2	3,00	2	2	1	2	1,75
2	4	6	6	4,50	7	1	1	4	6	2	2,80	4	5	2	3	3,50
7	6	6	6	6,25	7	2	2	1	4	2	2,20	1	2	1	1	1,25
7	7	6	7	6,75	7	1	4	3	1	2	2,20	6	2	6	2	4,00

7	6	6	6	6,25	6	4	4	3	4	4	3,80	6	5	4	3	4,50
7	7	7	7	7,00	4	4	4	4	4	2	3,60	3	3	2	7	3,75
7	7	7	7	7,00	7	2	2	4	2	2	2,40	3	3	3	3	3,00
7	6	6	6	6,25	7	5	4	2	6	2	3,80	5	4	2	1	3,00
5	6	6	6	5,75	7	4	3	5	5	3	4,00	5	4	3	3	3,75
7	7	7	7	7,00	7	7	7	7	7	7	7,00	7	7	4	7	6,25
4	6	5	4	4,75	4	3	2	2	6	5	3,60	7	4	3	4	4,50
7	6	7	7	6,75	5	6	4	4	4	2	4,00	4	5	4	3	4,00
6	7	7	7	6,75	7	4	4	5	4	2	3,80	5	4	2	2	3,25
3	3	6	6	4,50	6	4	4	4	3	3	3,60	6	4	3	6	4,75
7	7	7	7	7,00	7	4	1	4	2	2	2,60	4	2	4	4	3,50
6	7	6	6	6,25	5	1	2	3	2	2	2,00	7	2	1	2	3,00
6	6	7	6	6,25	4	4	4	4	6	4	4,40	6	6	5	4	5,25
6	6	7	7	6,50	4	4	4	2	3	5	3,60	5	4	3	4	4,00
6	5	7	7	6,25	6	5	5	5	6	4	5,00	5	5	4	4	4,50
7	7	7	7	7,00	7	2	2	2	2	2	2,00	2	2	2	2	2,00
6	4	7	6	5,75	6	2	3	2	4	2	2,60	4	4	4	4	4,00
7	7	7	6	6,75	6	5	5	6	6	5	5,40	6	6	4	4	5,00
5	6	6	6	5,75	6	6	6	5	6	5	5,60	6	5	5	6	5,50
7	6	6	6	6,25	6	5	6	5	6	4	5,20	6	6	4	4	5,00
5	6	6	6	5,75	6	6	4	3	6	4	4,60	5	5	3	6	4,75
3	3	4	6	4,00	5	4	2	6	5	5	4,40	5	3	5	1	3,50
7	7	7	7	7,00	7	3	2	2	1	1	1,80	2	2	1	7	3,00
6	6	6	7	6,25	6	2	2	4	4	4	3,20	6	6	4	4	5,00
6	7	7	7	6,75	6	2	2	4	3	2	2,60	4	5	4	4	4,25
7	7	7	6	6,75	7	6	7	7	7	7	6,80	1	1	2	1	1,25
7	7	7	7	7,00	7	2	6	6	6	2	4,40	7	7	7	7	7,00
7	6	6	6	6,25	6	1	2	2	4	2	2,20	3	3	2	1	2,25
7	7	7	7	7,00	7	4	4	5	6	5	4,80	6	6	5	5	5,50
6	7	6	6	6,25	5	2	4	5	5	5	4,20	6	6	4	4	5,00
6	7	7	7	6,75	7	5	5	5	6	5	5,20	4	6	6	5	5,25
7	7	7	7	7,00	6	3	3	5	5	4	4,00	6	6	5	6	5,75
6	6	6	7	6,25	7	5	7	6	2	5	5,00	6	6	6	5	5,75
6	6	6	6	6,00	6	5	3	5	4	3	4,00	2	1	1	6	2,50
6	6	7	7	6,50	6	5	5	5	6	5	5,20	6	6	6	5	5,75
6	6	6	6	6,00	7	6	4	2	6	4	4,40	6	5	1	1	3,25
6	7	6	7	6,50	7	3	4	4	4	4	3,80	5	5	4	3	4,25
6	6	6	6	6,00	6	4	5	4	4	3	4,00	6	6	6	5	5,75
7	7	6	6	6,50	7	4	3	5	4	5	4,20	6	6	4	5	5,25
6	6	7	7	6,50	6	3	4	3	6	3	3,80	7	6	6	6	6,25
6	7	7	7	6,75	7	4	3	5	2	2	3,20	7	1	2	6	4,00
6	7	7	7	6,75	6	2	1	2	2	2	1,80	6	1	1	1	2,25



LAMPIRAN 3
Analisis Reliabilitas dan Validitas

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	147	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.634	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PQ1	11.29	3.400	.529	.404
PQ2	11.21	4.209	.491	.476
PQ3	11.33	4.676	.328	.685

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	147	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.605	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PR1	11.72	4.874	.438	.468
PR2	11.32	5.890	.467	.453
PR3	11.82	5.206	.356	.598

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	147	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.657	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RT1	9.63	6.058	.452	.583
RT2	10.02	5.924	.561	.438
RT3	10.05	6.449	.399	.653

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	147	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NS1	3.22	2.120	.744	. ^a
NS2	3.42	2.478	.744	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	147	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
IN1	19.30	2.691	.599	.730
IN2	19.24	2.977	.563	.741
IN3	19.06	3.483	.676	.699
IN4	19.10	3.594	.580	.735

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	147	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SK1	16.03	23.019	.664	.799
SK2	16.10	23.785	.621	.811
SK3	15.78	23.600	.690	.793
SK4	15.37	23.455	.600	.817
SK5	15.96	23.601	.632	.808

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	147	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	147	100.0

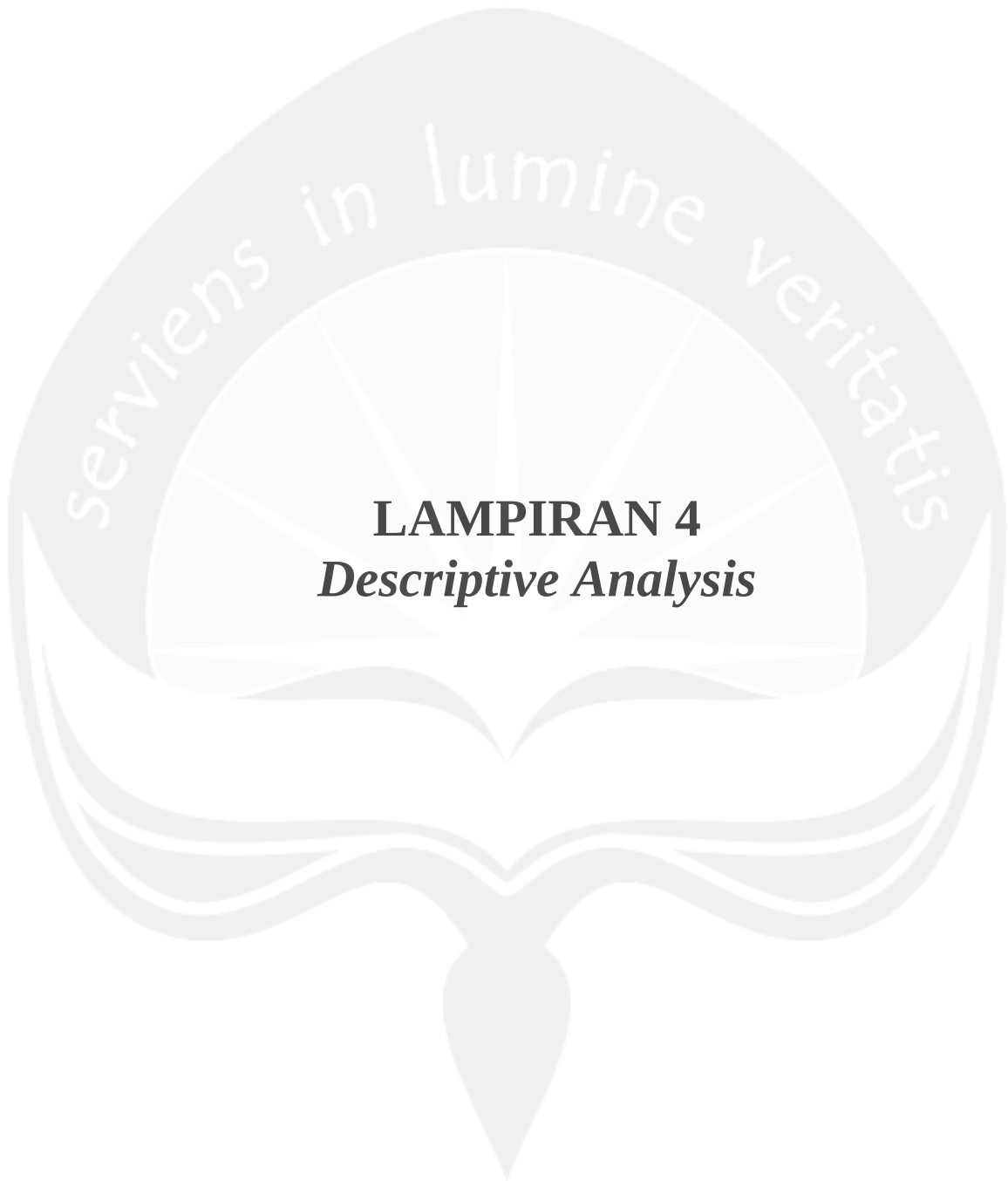
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NK1	11.50	18.033	.583	.823
NK2	11.95	16.443	.714	.765
NK3	12.77	17.015	.729	.760
NK4	12.67	17.249	.627	.804



LAMPIRAN 4
Descriptive Analysis

Frequencies

Statistics

Gender

N	Valid	147
	Missing	0
Minimum		1
Maximum		2

Gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pria	92	62.6	62.6	62.6
	wanita	55	37.4	37.4	100.0
Total		147	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

Usia

N	Valid	147
	Missing	0
Mean		21.41
Median		21.00
Mode		20
Minimum		17
Maximum		28

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	2	1.4	1.4	1.4
	18	9	6.1	6.1	7.5
	19	15	10.2	10.2	17.7
	20	32	21.8	21.8	39.5
	21	18	12.2	12.2	51.7
	22	27	18.4	18.4	70.1
	23	19	12.9	12.9	83.0
	24	12	8.2	8.2	91.2
	25	11	7.5	7.5	98.6
	26	1	.7	.7	99.3
	28	1	.7	.7	100.0
	Total	147	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

Produk

N	Valid	172
	Missing	0
Minimum		1
Maximum		10

Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	BlackBerry	66	38.4	38.4	38.4
	Hand phone	7	4.1	4.1	42.4
	Smart phone	18	10.5	10.5	52.9
	Tablet	22	12.8	12.8	65.7
	Laptop	11	6.4	6.4	72.1
	MP3 Player	10	5.8	5.8	77.9
	kamera	18	10.5	10.5	88.4
	Handycam	9	5.2	5.2	93.6
	Head phone	4	2.3	2.3	95.9
	Video game	7	4.1	4.1	100.0
Total		172	100.0	100.0	

Frequencies

Statistics

Pendapatan

N	Valid	147
	Missing	0

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<Rp 1000000	71	48.3	48.3	48.3
	RP 1000000 - 1500000	57	38.8	38.8	87.1
	>Rp 1500000	19	12.9	12.9	100.0
	Total	147	100.0	100.0	



LAMPIRAN 5

Regresi Linear Berganda
dan
Regresi Linear Sederhana

Regression

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	GP, PQ, NS, PR, RT, IN ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.591 ^a	.350	.322	.97827	1.838

a. Predictors: (Constant), GP, PQ, NS, PR, RT, IN

b. Dependent Variable: SK

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72.045	6	12.008	12.547	.000 ^a
	Residual	133.981	140	.957		
	Total	206.027	146			

a. Predictors: (Constant), GP, PQ, NS, PR, RT, IN

b. Dependent Variable: SK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.591	1.082		5.169	.000
	PQ	-.337	.089	-.264	-3.804	.000
	PR	-.134	.080	-.119	-1.662	.099
	RT	-.157	.076	-.152	-2.075	.040
	NS	.390	.060	.465	6.546	.000
	IN	-.087	.165	-.042	-.529	.598
	GP	.175	.105	.127	1.667	.098

a. Dependent Variable: SK

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.1782	5.9446	3.9619	.70247	147
Residual	-2.52691	3.48180	.00000	.95796	147
Std. Predicted Value	-2.539	2.823	.000	1.000	147
Std. Residual	-2.583	3.559	.000	.979	147

a. Dependent Variable: SK

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	SK ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: NK

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.474 ^a	.225	.219	1.18820	2.095

a. Predictors: (Constant), SK

b. Dependent Variable: NK

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.339	1	59.339	42.031	.000 ^a
	Residual	204.712	145	1.412		
	Total	264.052	146			

a. Predictors: (Constant), SK

b. Dependent Variable: NK

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.949	.342		5.693	.000
SK	.537	.083	.474	6.483	.000

a. Dependent Variable: NK

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.4853	5.7053	4.0748	.63752	147
Residual	-4.34796	3.01340	.00000	1.18412	147
Std. Predicted Value	-2.493	2.558	.000	1.000	147
Std. Residual	-3.659	2.536	.000	.997	147

a. Dependent Variable: NK



LAMPIRAN 6

Independent Sample T-Test

dan

One Way ANOVA

T-Test

Group Statistics

Gender		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PQ	pria	92	5.6668	.86875	.09057
	wanita	55	5.5936	1.03168	.13911
PR	pria	92	5.8154	1.07759	.11235
	wanita	55	5.7993	1.02355	.13802
RT	pria	92	4.9963	1.09735	.11441
	wanita	55	4.8727	1.22634	.16536
NS	pria	92	3.2283	1.37164	.14300
	wanita	55	3.4818	1.48437	.20015
IN	pria	92	6.4130	.55894	.05827
	wanita	55	6.3545	.60225	.08121
GP	pria	92	6.2391	.88168	.09192
	wanita	55	6.2182	.83202	.11219
SK	pria	92	3.8978	1.19504	.12459
	wanita	55	4.0691	1.17896	.15897
NK	pria	92	3.9864	1.27063	.13247
	wanita	55	4.2227	1.46065	.19695

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
PQ	Equal variances assumed	2.181	.142	.460	145	.646	.07321	.15898	-.24101	.38744
	Equal variances not assumed			.441	98.936	.660	.07321	.16600	-.25617	.40259
PR	Equal variances assumed	.117	.732	.090	145	.929	.01616	.18029	-.34018	.37251
	Equal variances not assumed			.091	118.419	.928	.01616	.17796	-.33624	.36856
RT	Equal variances assumed	2.037	.156	.632	145	.528	.12358	.19551	-.26285	.51000
	Equal variances not assumed			.615	103.937	.540	.12358	.20108	-.27517	.52233
NS	Equal variances assumed	.002	.964	-1.052	145	.295	-.25356	.24112	-.73013	.22301
	Equal variances not assumed			-1.031	106.702	.305	-.25356	.24599	-.74122	.23410

IN	Equal variances assumed	.000	.999	.596	145	.552	.05850	.09808	-.13536	.25235
	Equal variances not assumed			.585	107.081	.560	.05850	.09995	-.13964	.25664
GP	Equal variances assumed	.431	.512	.142	145	.887	.02095	.14718	-.26995	.31185
	Equal variances not assumed			.144	119.011	.885	.02095	.14504	-.26624	.30814
SK	Equal variances assumed	.029	.866	-.845	145	.399	-.17126	.20267	-.57184	.22931
	Equal variances not assumed			-.848	114.971	.398	-.17126	.20198	-.57134	.22882
NK	Equal variances assumed	1.391	.240	-1.031	145	.304	-.23631	.22917	-.68926	.21663
	Equal variances not assumed			-.996	101.575	.322	-.23631	.23736	-.70714	.23451

Oneway

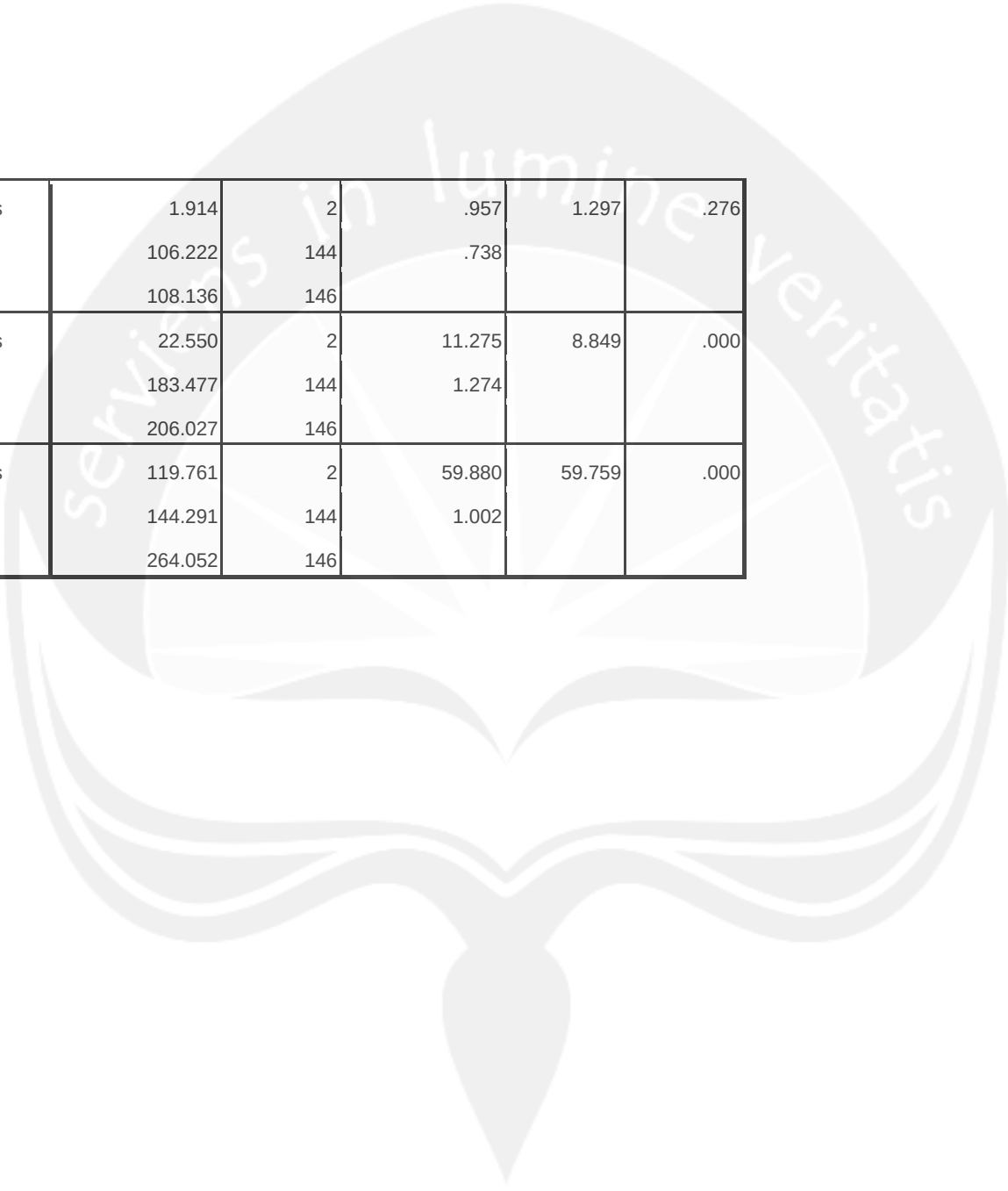
Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
PQ	<Rp 1000001	71	5.4223	1.00312	.11905	5.1848	5.6597	3.00	7.00
	RP 1000000 - 1500000	57	5.8130	.78911	.10452	5.6036	6.0224	3.33	7.00
	>Rp 1500001	19	5.9305	.89310	.20489	5.5001	6.3610	4.00	7.00
	Total	147	5.6395	.93024	.07673	5.4878	5.7911	3.00	7.00
PR	<Rp 1000001	71	5.7180	.94407	.11204	5.4946	5.9415	2.00	7.00
	RP 1000000 - 1500000	57	5.8126	1.16162	.15386	5.5044	6.1208	1.00	7.00
	>Rp 1500001	19	6.1411	1.09584	.25140	5.6129	6.6692	4.00	7.00
	Total	147	5.8094	1.05419	.08695	5.6375	5.9812	1.00	7.00
RT	<Rp 1000001	71	4.7370	1.07311	.12735	4.4830	4.9910	2.33	7.00
	RP 1000000 - 1500000	57	5.1288	1.13295	.15006	4.8282	5.4294	2.00	7.00
	>Rp 1500001	19	5.2100	1.34376	.30828	4.5623	5.8577	2.33	6.67
	Total	147	4.9501	1.14472	.09442	4.7635	5.1367	2.00	7.00
NS	<Rp 1000001	71	3.8451	1.41823	.16831	3.5094	4.1808	1.00	6.50
	RP 1000000 - 1500000	57	2.9737	1.28321	.16996	2.6332	3.3142	1.00	6.00
	>Rp 1500001	19	2.4211	.98971	.22706	1.9440	2.8981	1.00	4.00
	Total	147	3.3231	1.41519	.11672	3.0924	3.5538	1.00	6.50

IN	<Rp 1000001	71	6.3732	.52589	.06241	6.2488	6.4977	4.50	7.00
	RP 1000000 - 1500000	57	6.4561	.59784	.07919	6.2975	6.6148	4.00	7.00
	>Rp 1500001	19	6.2632	.67430	.15469	5.9382	6.5882	4.50	7.00
	Total	147	6.3912	.57418	.04736	6.2976	6.4848	4.00	7.00
GP	<Rp 1000001	71	6.1972	.78594	.09327	6.0112	6.3832	4.00	7.00
	RP 1000000 - 1500000	57	6.3509	.83434	.11051	6.1295	6.5723	4.00	7.00
	>Rp 1500001	19	6.0000	1.15470	.26491	5.4435	6.5565	4.00	7.00
	Total	147	6.2313	.86061	.07098	6.0910	6.3716	4.00	7.00
SK	<Rp 1000001	71	4.3408	1.03614	.12297	4.0956	4.5861	1.60	7.00
	RP 1000000 - 1500000	57	3.7193	1.18915	.15751	3.4038	4.0348	1.00	6.20
	>Rp 1500001	19	3.2737	1.27229	.29188	2.6605	3.8869	1.80	6.80
	Total	147	3.9619	1.18791	.09798	3.7683	4.1555	1.00	7.00
NK	<Rp 1000001	71	4.9754	.95726	.11361	4.7488	5.2019	2.00	7.00
	RP 1000000 - 1500000	57	3.4254	.98308	.13021	3.1646	3.6863	1.50	5.50
	>Rp 1500001	19	2.6579	1.20246	.27586	2.0783	3.2375	1.00	5.00
	Total	147	4.0748	1.34483	.11092	3.8556	4.2940	1.00	7.00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PQ	Between Groups	6.676	2	3.338	4.017	.020
	Within Groups	119.665	144	.831		
	Total	126.341	146			
PR	Between Groups	2.683	2	1.342	1.211	.301
	Within Groups	159.568	144	1.108		
	Total	162.251	146			
RT	Between Groups	6.326	2	3.163	2.462	.089
	Within Groups	184.991	144	1.285		
	Total	191.317	146			
NS	Between Groups	41.763	2	20.882	11.997	.000
	Within Groups	250.638	144	1.741		
	Total	292.401	146			
IN	Between Groups	.575	2	.287	.870	.421
	Within Groups	47.559	144	.330		
	Total	48.134	146			



GP	Between Groups	1.914	2	.957	1.297	.276
	Within Groups	106.222	144	.738		
	Total	108.136	146			
SK	Between Groups	22.550	2	11.275	8.849	.000
	Within Groups	183.477	144	1.274		
	Total	206.027	146			
NK	Between Groups	119.761	2	59.880	59.759	.000
	Within Groups	144.291	144	1.002		
	Total	264.052	146			



LAMPIRAN 7

Tabel r

Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)

$df = 1 - 200$

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Tabel r untuk df = 151 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298