

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang telah diuraikan pada Bab V, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *celebrity endorser* yang terdiri dari kredibilitas, daya tarik, kecocokan antara citra dan nilai-nilai, dukungan tulus, dan keistimewaan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama pada faktor afeksi yang terdapat pada variabel pembelian impulsif, besar pengaruhnya adalah 53,8%. Sedangkan secara parsial dimensi kecocokan antara citra dan nilai-nilai memiliki nilai beta paling tinggi yaitu 0.209. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 di terima.
2. Variabel *celebrity endorser* yang terdiri dari kredibilitas, daya tarik, kecocokan antara citra dan nilai-nilai, dukungan tulus, dan keistimewaan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama pada faktor kognitif yang terdapat pada variabel pembelian impulsif, besar pengaruhnya adalah 54,8%. Sedangkan secara parsial dimensi kecocokan antara citra dan nilai-nilai memiliki nilai beta paling tinggi yaitu 0.257. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 di terima.
3. Variabel *celebrity endorser* yang terdiri dari kredibilitas, daya tarik, kecocokan antara citra dan nilai-nilai, dukungan tulus, dan

keistimewaan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama pada tingkat pendapatan yang terdapat pada variabel pembelian impulsif, besar pengaruhnya adalah 56,3%. Sedangkan secara parsial dimensi kecocokan antara citra dan nilai-nilai memiliki nilai beta paling tinggi yaitu 0.244. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 di terima.

4. Variabel *celebrity endorser* yang terdiri dari kredibilitas, daya tarik, kecocokan antara citra dan nilai-nilai, dukungan tulus, dan keistimewaan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama pada tendensi belanja yang terdapat pada variabel pembelian impulsif, besar pengaruhnya adalah 47,2%. Sedangkan secara parsial dimensi kecocokan antara citra dan nilai-nilai memiliki nilai beta paling tinggi yaitu 0.198. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 4 di terima.

5. Variabel *celebrity endorser* yang terdiri dari kredibilitas, daya tarik, kecocokan antara citra dan nilai-nilai, dukungan tulus, dan keistimewaan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama pada nilai produk yang terdapat pada variabel pembelian impulsif, besar pengaruhnya adalah 40,2%. Sedangkan secara parsial dimensi kredibilitas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap dimensi nilai produk yang terdapat pada variabel pembelian impulsif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa walaupun *celebrity* memiliki keahlian dalam menyampaikan sebuah produk, hal tersebut tidak akan mempengaruhi mahasiswa dalam membeli produk yang dilihat dari kualitas produk dan kebutuhan mahasiswa tersebut. Dimensi daya tarik

memiliki nilai beta tinggi yaitu 0.191. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 5 diterima.

6.2. Saran

1. Penyebaran kuesioner dapat menggunakan media *online* sehingga memudahkan peneliti untuk mendapatkan sampel yang lebih banyak. Dan tidak menutup kemungkinan bahwa penelitian berikutnya memperluas dan menggunakan masyarakat sebagai subjek penelitian.
2. Kuesioner diadaptasi dari artikel acuan yang berbahasa Inggris dan kerangka penelitian yang berbeda, sehingga beberapa kalimat perlu diadaptasi agar memiliki arti yang kurang lebih sama.
3. Menambah faktor lain yang dapat mempengaruhi sikap konsumen dalam melakukan pembelian impulsif, seperti tata letak barang, suasana toko. Sehingga hal tersebut dapat menjadi variabel lain dalam melakukan pembelian impulsif dan memperkaya penelitian selanjutnya.
4. Metode pengumpulan data hanya menggunakan kuesioner, sehingga sangat mungkin data bersifat subjektif, pada penelitian selanjutnya dapat ditambahkan metode wawancara sebagai data sekunder sehingga dapat memperoleh penelitian yang lebih lengkap.

6.3. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah pada saat menganalisis hasil regresi berganda. Data responden yang diolah untuk mengetahui pembelian impulsif adalah responden yang sudah pernah membeli *Fresh Care* sebanyak

sampel yang telah ditentukan, sedangkan responden yang belum pernah membeli hanya dijadikan data distribusi frekuensi. Melihat keterbatasan yang ada, maka untuk penelitian selanjutnya data responden yang diolah dan di analisis adalah mereka yang sudah pernah melakukan pembelian produk *Fresh Care*.

Selain itu terdapat kelemahan dalam penelitian ini yaitu modifikasi dari dua jurnal, sehingga kuesioner yang digunakan kurang detail dan spesifik dalam mewakili variabel pembelian impulsif berupa faktor afeksi, faktor kognitif, tingkat pendapatan, tendensi belanja, dan nilai produk. Sehingga pada penelitian selanjutnya, dapat memodifikasi kuesioner tersebut agar lebih detail dan langsung ke objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA:

- Agrawal, Jagdish and Wagner A. Kamakura. (1995). The economic worth of celebrity endorsers: an event study analysis, *Journal of Marketing*, volume 59 page: 56-62.
- Ashry, Al dan Zulmy. (2010). *Pengaruh celebrity endorser IGOR SAYKOJI terhadap brand awareness pada kartu IM3 (Studi kasus karyawan Sogo Department Store un Plaza, Medan)*. Universitas Sumatera Utara
- Bashar, Abu, Irshad Ahmad, and Moh. Wasiq. (2013). A Study of Influence of Demographic Factors on Consumer Impulsive Buying Behavior, *Journal of Management Research*, volume 13 number 3, page: 145-154.
- Fresh Care, 2011, *Minyak angin aroma terapi*. Tersedia di:<http://www.freshcare.co.id> (diakses tanggal 19 Mei 2014)
- Imam, Fatimah. (2013). Gender differences in impulsive buying behavior and post purchasing dissonance under incentive conditions, *Journal of Bussiness Strategies*, volume 7 number 1, page: 23-29.
- Istijanto. (2009). *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jawaid, Sameeen. (2013). Impact of celebrity endorsement on teenagers impulsive buying behavior, *Institute of Interdisciplinary Business Research*, volume 4 number 10, page:1071-1080.

- Khan, Mubbsher and Zia–ur-Rehman Khizer Bin Dots. (2011). Rationale and Proclivity of sales promotion influencing the impulsive buying behavior of the customer: an experimental study on cellular service providers in Pakistan, *Institute of Interdisciplinary Bussiness Research*, volume 3 number 1, page: 346-362.
- Kompas, 2012, *Pemenang Top Brand Award di Tahun 2012*. Tersedia di:<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/08/00152164/Inilah.Pemenang.Top.Brand.Award.2012> (diakses tanggal 19 Mei 2014)
- Kotler, P. and K.L. Keller. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pretince Hall.
- Magnini, Vincent P., Earl D. Honeycutt, and Ashey M. Cross. (2008). Understanding the use of celebrity endorsers for hospitality firms, *Journal of Vacation Marketing*, volume 14 number 1 page: 57-69.
- Mowen, John dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen* (edisi kelima jilid 1 dan 2). Jakarta: Erlangga.
- Mulyono, Fransisca. (2011). *Faktor Demografis dalam Perilaku Pembelian Impulsif*. Bandung. Universitas Katolik Parahyangan.
- Nurmalita, Maya. (2011). *Pengaruh Pemakaian Endorser dalam Iklan Televisi Melalui Kepribadian Merek dan Implikasinya Terhadap Citra Merek Pembalut Wanita Charm*. Semarang. Universitas Diponegoro
- P3i, 2012, *Pengguna iklan dalam media di Indonesia*. Tersedia di:<http://www.p3i-pusat.com/index.php> (diakses tanggal 19 Mei 2014)

- Peter, Paul dan Olson, J.C. (2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (edisi keempat jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Prasasti, Widi. (2012). *Efektivitas Celebrity Endorser Terhadap Niat Beli Konsumen: Studi Kasus pada Sticker LINE*. Yogyakarta. Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- Roobina Ohanian, Roobina. (1991). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorser perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness, *Journal of Advertising*, volume 19 number 3, page:39-52.
- Santosa, Singih dan Fandi Tjiptono. (2002). *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Simamora, Bilson. (2004). *Riset Pemasaran: Falsafah, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Solomon, Michael. (2013). *Consumer Behavior buying, having, and being tenth edition*. England: Pearson Education.
- Swa, 2012, *Cara Fresh Care segarkan pasar minyak angin*. Tersedia di:<http://swa.co.id/headline/cara-fresh-care-segarkan-pasar-minyak-angin> (diakses tanggal 19 Mei 2014)
- Topbrand, 2012, *Top brand award*. Tersedia di:<http://www.topbrand-award.com/media-center/photo/top-brand-2013-fase-2/page/16> (diakses tanggal 19 Mei 2014)
- Yang, Dong-Jenn. (2011). A study of the factors that affect the impulsive cosmetics buying of female consumers in Kaohsiung, *International Journal of Business and Social Science*, volume 2 number 24, page:275-282.



LAMPIRAN

Kuesioner Penelitian

Pendahuluan:

Celebrity endorsement adalah bentuk komunikasi merek dimana seorang selebriti dilibatkan dalam kegiatan promosi sebuah merek. Selebriti yang dipilih biasanya bertindak sebagai juru bicara, *brand ambassador*, maupun bintang iklan dari sebuah merek tertentu dalam periode tertentu.

Pembelian impulsif adalah suatu desakan hati yang tiba-tiba dengan penuh kekuatan, bertahan, dan tidak direncanakan untuk membeli sesuatu secara langsung, tanpa banyak memperhatikan akibatnya.

Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda (√) pada pilihan yang telah disediakan sesuai dengan jawaban Anda.

1. Nama (boleh tidak di isi):
2. Jenis kelamin: L/P
3. Umur: Tahun
4. Rata-rata pendapatan atau uang saku per bulan:
 - < Rp 750.000,00
 - Rp 750.000,00- Rp 1.000.000,00
 - Rp 1.000.100,00- Rp 1.250.000,00
 - Rp 1.250.100,00- Rp 1.500.000,00
 - > Rp 1.500.000, 00
5. Apakah Anda sudah pernah membeli *Fresh Care*? Ya / Tidak
6. Apa alasan Anda membeli *Fresh Care*?
 - Kebutuhan Untuk jaga-jaga
 - Keinginan Iseng
 - Koleksi Lainnya

Petunjuk pengisian

Berilah tanda (√) pada satu pilihan jawaban yang paling sesuai menurut Anda.

Alternatif jawaban tersebut adalah:

No	Pertanyaan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Kredibilitas (<i>credibility</i>)						
K1	Agnes Monica sosok yang multi talenta sehingga layak dipertahankan sebagai bintang iklan <i>Fresh Care</i>					
K2	Dengan kecerdasan yang dimiliki, Agnes Monica berhasil menyampaikan pesan iklan <i>Fresh Care</i>					
K3	Agnes Monica memiliki keahlian yang sesuai sebagai bintang iklan <i>Fresh Care</i>					
K4	Iklan <i>Fresh Care</i> oleh Agnes Monica membuat Saya percaya bahwa iklan tersebut jujur					
K5	Agnes Monica meyakinkan Saya mengenai kualitas <i>Fresh Care</i>					
Daya tarik (<i>attractiveness</i>)						
K1	Penampilan Agnes Monica dalam iklan <i>Fresh Care</i> unik					
K2	Agnes Monica memiliki ciri fisik yang mudah dikenali					
K3	Agnes Monica adalah artis yang mencerminkan kawula muda					
Kecocokan antara citra dan nilai-nilai (<i>Match of image and values</i>)						
K1	Menurut saya, kepribadian Agnes Monica tersebut sesuai dengan <i>image</i> produk <i>Fresh Care</i> yang diiklankan					
K2	Menurut saya, kepribadian Agnes Monica tersebut sesuai dengan <i>target market</i> produk <i>Fresh Care</i>					

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Dukungan Tulus (<i>Genuine Support</i>)						
D1	Menurut saya, Agnes Monica dalam iklan tersebut terlihat bersungguh-sungguh dalam menyampaikan pesan dalam iklan produk <i>Fresh Care</i> yang diiklankan					
D2	Menurut saya, Agnes Monica menyampaikan pesan dalam iklan produk <i>Fresh Care</i> dengan percaya diri					
D3	Menurut saya, Agnes Monica terlihat nyaman dalam menyampaikan pesan dalam produk <i>Fresh Care</i> yang diiklankan					
Keistimewaan (<i>Exclusivity</i>)						
K1	Menurut saya, Agnes Monica yang dipilih sebagai <i>icon</i> merupakan figur yang terkenal					
K2	Menurut saya, Agnes Monica yang dipilih hanya membintangi merek tertentu					
K3	Menurut saya, Agnes Monica dalam iklan produk <i>Fresh Care</i> masih bisa dipercaya walaupun membintangi iklan lain					
Faktor Afeksi						
F1	Saya merasakan sensasi ketika membeli sesuatu yang baru					
F2	Ketika sedang melihat-lihat, saya cenderung memutuskan apa yang ingin dibeli					
F3	Saya merasa senang setelah membeli produk yang diinginkan					
F4	Kadang kala saya membeli sesuatu untuk membuat diri merasa lebih baik					
F5	Kadang kala saya menyesal telah membeli produk baru					
Faktor Kognitif						
F1	Ketika pergi berbelanja, saya sering membeli produk yang tidak direncanakan sebelumnya					
F2	Teman-teman sering menganggap saya berbelanja tanpa pertimbangan					
F3	Ketika berpikir tentang perilaku berbelanja, secara umum saya menganggap diri sering membeli produk tanpa pertimbangan					

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
Tingkat Pendapatan						
I1	Saya merasa memiliki uang ekstra yang cukup untuk berbelanja sehingga saya dapat membeli sesuatu yang sedikit lebih mahal dari biasanya jika saya sangat suka barang tersebut					
I2	Saya berbelanja melebihi anggaran belanja yang ditetapkan sebelumnya					
I3	Walaupun tidak punya uang lebih sampai akhir bulan, saya tetap tergoda untuk membeli barang yang saya suka					
Tendensi Belanja						
T1	Saya merasa saya tidak mampu untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan saat berbelanja					
T2	Bagi saya, berbelanja secara spontan adalah hal yang menyenangkan					
T3	Sering kali saya kurang dapat mengendalikan pembelanjaan saya					
Nilai Produk						
W1	Saya sering membeli produk yang saya tidak perlu, sementara saya mengetahui hanya sedikit uang tersisa					
W2	Saya akan langsung membeli barang yang saya suka, tanpa peduli kualitasnya					
W3	Saya membeli produk, walaupun saya tidak mengetahui kegunaan dari barang tersebut					

No. Resp	Selebrity Endoser																		Pembelian Impulsif																								
	Kredibilitas					Rata2	Daya tarik			Rata2	Kecocokan antara citra dan nilai-nilai		Rata2	Dukungan tulus			Rata2	Keistimewaan			Rata2	Faktor afeksi					Rata2	Faktor kognitif			Rata2	Income level			Rata2	Tendency to spend			Rata2	Worth of product			Rata2
	K1	K2	K3	K4	K5		K1	K2	K3		K1	K2		D1	D2	D3		K1	K2	K3		F1	F2	F3	F4	F5		F1	F2	F3		I1	I2	I3		T1	T2	T3		W1	W2	W3	
	1	2	3	4	5	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,33	4	3	3	3,33			
2	4	4	4	3	3	3,60	5	3	3	3,67	4	3	3,50	4	3	4	3,67	4	4	3	3,67	4	4	3	3,60	3	4	4	3,67	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00		
3	4	4	4	3	4	3,80	4	4	3	3,67	4	3	3,50	3	4	4	3,67	5	2	4	3,67	3	4	4	4	3,80	4	3	4	3,67	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	
4	4	4	3	3	3	3,40	3	4	4	3,67	4	3	3,50	3	4	4	3,67	4	4	3	3,67	3	4	5	3	3	3,60	4	4	3	3,67	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
5	4	3	3	3	3	3,20	2	4	5	3,67	4	3	3,50	3	4	3	3,33	4	3	4	3,67	3	3	3	4	4	3,40	3	3	4	3,33	3	3	4	3,33	3	4	4	3,67	3	3	3	3,00
6	4	3	4	4	4	3,80	3	5	5	4,33	2	4	3,00	4	5	4	4,33	5	2	4	3,67	3	4	4	4	4	3,80	3	4	2	3,00	3	3	3	3,00	3	3	4	3,33	4	3	3	3,33
7	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	4	3,50	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67	4	3	5	5	4	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	4	4	3	3,67
8	4	4	4	4	4	4,00	3	5	5	4,33	4	4	4,00	3	3	3	3,00	5	5	5	5	3	4	5	3	4,60	5	4	4	4,33	4	4	5	4,33	5	5	4	4,67	4	2	3	3,00	
9	3	3	3	3	3	3,00	2	5	4	3,67	3	3	3,00	3	4	4	3,67	3	3	3	3,00	4	2	4	4	2	3,20	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	4	3,33	2	2	3	2,33
10	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	2	2	2	2,00
11	5	4	3	4	2	3,60	3	5	3	3,67	3	4	3,50	4	4	4	4,00	3	3	2	2,67	3	3	4	4	4	3,60	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	3	2	3	2,67
12	4	3	3	3	3	3,20	4	4	4	4,00	4	3	3,50	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	2	2	4	4	4	3,20	4	3	3	3,33	4	3	3	3,33	4	3	4	3,67	2	3	3	2,67
13	4	4	3	4	3	3,60	2	3	4	3,00	3	4	3,50	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	3	2	4	4	5	3,60	4	4	4	3,67	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	4	2	2	2,67
14	3	4	3	4	3	3,40	3	4	4	3,67	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	3	4	4	4	2	3,40	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	3	4	3,33	2	3	2	2,33
15	3	3	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	3	3,00	3	3	4	3,33	4	3	3	3,33	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	4	3,33	2	3	2	2,33
16	3	4	4	4	2	3,40	2	2	2	2,00	2	2	2,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	4	4	3	3,40	4	3	3	3,33	5	3	3	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
17	2	3	3	3	3	2,80	3	4	4	3,67	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	3	3	3,00	4	2	4	4	2	3,20	3	3	3	3,00	4	3	2	3,00	3	4	3	3,33	2	2	2	2,00
18	3	4	3	3	3	3,20	3	4	4	3,67	3	3	3,00	4	5	4	4,33	3	3	3	3,00	4	3	3	4	3	3,40	3	3	4	3,33	4	3	3	3,33	4	3	4	3,67	2	3	3	2,67
19	3	4	4	4	4	3,80	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	4	4	4	4	3	3,80	4	3	3	3,33	4	3	3	3,33	4	4	3	3,67	2	3	3	2,67
20	4	4	4	2	5	3,80	4	5	4	4,33	4	3	3,50	4	4	4	4,00	4	5	2	3,67	4	2	4	5	4	3,80	4	3	3	3,33	4	4	2	3,33	4	4	3	3,67	3	3	2	2,67
21	4	4	4	4	4	4,00	3	5	4	4,00	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	4	4	4,00	3	4	5	5	3	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	2	2	1	1,67
22	2	3	3	3	3	2,80	3	3	2	2,67	3	3	3,00	3	2	3	2,67	2	3	3	2,67	3	3	3	2	3	2,80	2	2	3	2,33	3	2	2	2,33	3	2	2	2,33	2	2	2	2,00
23	4	4	5	4	4	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	3	3	4	3,33
24	5	5	5	4	4	4,60	4	4	4	4,00	3	3	3,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4	5	4,40	4	4	5	4,33	4	5	4	4,33	3	4	4	3,67	2	4	2	2,67
25	5	4	4	3	3	3,80	2	5	5	4,00	4	3	3,50	4	5	4	4,33	5	4	3	4,00	4	4	4	3	4	3,80	4	3	3	3,33	4	3	3	3,33	3	4	4	3,67	3	3	4	3,33
26	4	4	4	4	3	3,80	3	4	4	3,67	3	4	3,50	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67	4	4	4	4	3	3,80	4	3	4	3,67	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
27	4	4	4	3	4	3,80	4	4	3	3,67	3	4	3,50	5	4	4	4,33	5	2	4	3,67	4	4	4	5	2	3,80	4	3	4	3,67	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
28	4	4	4	3	3	3,60	3	4	4	3,67	3	4	3,50	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67	3	4	4	4	4	3,80	4	3	4	3,67	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00	3	2	4	3,00
29	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	3	3,50	4	4	3	3,67	3	3	3	3,00	2	2	4	4	4	3,20	4	3	3	3,33	4	3	3	3,33	3	4	4	3,67	2	3	3	2,67
30	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	4	4,00	4	3	3	3,33	4	4	4	4,00	3	4	5	5	3	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	4	3	3	3,33
31	4	3	4	3	3	3,40	3	4	4	3,67	3	4	3,50	3	4	3	3,33	4	4	3	3,67	3	4	4	4	4	3,80	4	3	3	3,33	4	3	3	3,33	3	4	4	3,67	2	2	2	2,00
32	3	3	3	2	2	2,60	3	4	4	3,67	3	4	3,50	3	4	3	3,33	4	2	3	3,00	3	3	4	4	4	3,60	4	3	3	3,33	3	3	4	3,33	3	4	4	3,67	3	3	2	2,67
33	3	3	3	4	4	3,40	2	3	3	2,67	2	3	2,50	3	4	4	3,67	4	2	3	3,00	3	3	5	4	4	3,80	4	3	3	3,33	3	4	3	3,33	4	4	3	3,67	3	3	2	2,67
34	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	4	3	3	3,33
35	4	3	4	3	2	3,20	2	4	4	3,33	3	3	3,00	2	3	3	2,67	2	2	3	2,33	4	4	3	3	2	3,20	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	4	4	3	3,67	4	2	2	2,67
36	3	3	3	3	3	3,00	3	4	4	3,67	3	3	3,00	2	4	4	3,33	2	2	3	2,33	4	2	4	4	2	3,20	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	2	3	2	2,33
37	2	2	3	3	3	2,60	2	2	4	2,67	2	3	2,50	2	3	3	2,67	4	2	2	2,67	2	4	4	2	2	2,80	4	2	2	2,67	3	3	2	2,67	3	3	3	3,00	2	2	2	2,00
38	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	5	4	4,33	3	4	3	3,33
39	4	4	4	4	4	4,00	2	5	5	4,00	4	4	4,00	3	4	4	3,67	4	4	4	4,00	4	4	5	4	4	4,20	4	5	4	4,33	4	4	5	4,33	4	5	5	4,67	4	3	4	3,67
40	4	4	4	4	5	4,20	2	5	5	4,00	4	4	4,00	2	5	3	3,33	5	2	4	3,67																						

No. Resp	Selebrity Endoser																			Pembelian Impulsif																											
	Kredibilitas					Rata2	Daya tarik			Rata2	Kecocokan antara citra dan nilai-nilai		Rata2	Dukungan tulus			Rata2	Keistimewaan			Rata2	Faktor afeksi					Rata2	Faktor kognitif			Rata2	Income level			Rata2	Tendency to spend			Rata2	Worth of product			Rata2				
	K1	K2	K3	K4	K5		K1	K2	K3		K1	K2		D1	D2	D3		K1	K2	K3		F1	F2	F3	F4	F5		F1	F2	F3		I1	I2	I3		T1	T2	T3		W1	W2	W3					
52	5	4	4	4	4	4,20	3	5	4	4,00	5	4	4,50	4	5	5	4,67	5	3	4	4,00	3	5	4	5	4	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	3	4	3	3,33
53	5	5	4	4	3	4,20	5	5	5	5,00	5	4	4,50	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	5	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	3	3	4	3,33
54	5	4	4	4	3	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	4	5	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	3	3	3,00	4	5	4	4,33	3	3	4	3,33
55	3	3	3	3	3	3,00	3	4	4	3,67	3	3	3,00	4	4	4	4,00	4	4	3	3,33	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	2	2	2,33
56	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	5	5	5,00	5	5	5	5,00	5	4	5	4,67	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
57	5	4	4	5	4	4,40	4	5	5	4,67	3	4	3,50	5	4	4	4,33	3	3	3	3,00	4	5	3	4	5	4,20	4	4	5	4,33	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	4	3	3	3,33				
58	3	4	4	3	4	3,60	4	5	5	4,67	4	3	3,50	4	5	5	4,67	5	5	4	4,67	3	3	4	5	3	3,60	4	3	3	3,33	4	3	3	3,33	4	3	3	3,33	3	4	4	3,67	3	3	2	2,67
59	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3,00	4	3	3	3,33	4	3	3	3,33	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	2	3	2	2,33
60	3	3	3	3	3	3,00	2	4	4	3,33	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	4	4	4,00	3	3	3	3	3	3,00	4	3	2	3,00	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	2	2	3	3,33	2	2	3	2,33
61	4	4	4	3	3	3,60	4	4	3	3,67	3	4	3,50	4	3	4	3,67	3	4	4	3,67	3	3	4	4	4	3,60	4	3	4	3,67	3	4	4	3,67	4	4	4	3,67	4	4	4	4,00	4	3	2	3,00
62	4	4	4	3	3	3,60	4	3	4	3,67	4	3	3,50	4	4	3	3,67	3	4	4	3,67	3	3	4	4	4	3,60	4	3	4	3,67	3	4	4	3,67	3	4	4	3,67	4	4	4	4,00	4	3	2	3,00
63	3	4	3	3	3	3,20	4	3	3	3,33	4	4	4,00	4	3	3	3,33	4	2	3	3,00	3	3	3	4	3	3,20	4	3	3	3,33	3	3	4	3,33	3	3	4	3,33	4	4	3	3,67	2	3	3	2,67
64	3	3	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	2	4	4	3,33	3	2	2	2,33
65	3	3	3	3	3	3,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00	2	4	4	3,33	5	2	3	3,33	3	4	4	5	5	4,20	4	4	4	4,00	3	3	4	3,33	3	4	4	3,33	4	1	2	2,33				
66	4	3	3	3	3	3,20	4	3	3	3,33	4	4	4,00	3	3	2	2,67	2	3	3	2,67	4	4	2	3	3	3,20	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	2	2	3	2,33
67	4	3	3	3	2	3,00	4	5	5	4,67	3	3	3,00	3	3	4	3,33	4	5	4	4,33	1	4	5	2	4	3,20	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	5	1	2	2,67	1	2	2	1,67				
68	4	3	4	3	3	3,40	5	4	4	4,33	4	3	3,50	3	4	4	3,67	5	4	3	4,00	4	4	5	4	4	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	4	3	3	3,33
69	3	3	3	3	3	3,00	3	4	4	3,67	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	2	2	2	2,00				
70	4	4	4	4	4	4,00	4	3	5	4,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	3	4,00	4	5	4	5	2	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	3	4	3	3,33				
71	4	4	4	4	4	4,00	3	5	5	4,33	5	3	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	3	5	5	4	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	5	4	4,33	3	3	4	3,33
72	3	3	4	3	3	3,20	4	3	3	3,33	3	4	3,50	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67	3	4	4	3	2	3,20	4	3	2	3,00	3	3	4	3,33	2	4	3	3,00	2	2	2	2,00				
73	5	4	5	5	5	4,80	5	5	5	5,00	4	3	3,50	5	5	5	5,00	5	4	4	4,33	4	4	4	5	2	3,80	3	4	4	3,67	4	4	3	3,67	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
74	3	4	4	4	4	3,80	4	5	4	4,33	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	3	4	3,67	4	4	3	4	4	3,80	4	3	4	3,67	3	4	4	3,67	4	4	4	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
75	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	2	2,50	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	3	3	4	3,33				
76	4	3	3	3	3	3,20	4	4	4	4,00	3	3	3,00	4	3	4	3,67	4	3	4	3,67	4	3	4	4	4	3,80	4	4	3	3,67	4	4	4	3,67	4	4	4	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
77	4	3	3	2	2	2,80	3	2	3	2,67	2	3	2,50	3	2	3	2,67	2	3	2	2,33	3	3	2	3	3	2,80	2	3	3	2,67	3	2	3	2,67	3	3	3	3,00	2	2	2	2,00				
78	3	3	3	3	3	3,00	3	2	2	2,33	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	2	1	2,00
79	4	4	4	3	3	3,60	4	4	4	4,00	4	3	3,50	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67	3	4	4	4	4	3,80	3	4	4	3,67	4	4	3	3,67	4	4	4	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
80	4	4	5	5	5	4,60	5	5	5	5,00	5	5	5,00	3	5	5	4,33	5	4	5	4,67	4	5	5	5	5	4,80	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
81	5	3	3	3	4	3,60	4	5	5	4,67	3	5	4,00	3	5	4	4,00	5	5	4	4,67	3	5	5	5	4	4,40	5	4	4	4,33	4	4	5	4,33	3	4	4	3,67	2	4	2	2,67				
82	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	5	4	4,33	3	3	4	3,33				
83	4	4	3	3	3	3,40	3	4	3	3,33	3	3	3,00	5	5	3	4,33	5	5	4	4,67	3	4	4	3	3	3,40	3	4	3	3,33	5	3	3	3,67	3	4	3	3,33	2	2	3	2,33				
84	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	5	4	4,00	5	4	4	4,33	4	3	3	3,33				
85	5	4	4	3	4	4,00	3	4	4	3,67	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	3	3	4	3,33				
86	4	4	4	3	4	3,80	3	4	4	3,67	4	3	3,50	3	4	4	3,67	3	4	4	3,67	4	3	5	3	3	3,60	3	4	4	3,67	3	4	4	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00				
87	5	3	4	3	3	3,60	3	4	4	3,67	4	4	4,00	3	4	4	3,67	3	4	4	3,67	5	4	3	3	4	3,80	4	3	4	3,67	3	4	4	3,67	4	4	4	3,67	4	4	4	4,00	4	3	2	3,00
88	3	4	4	4	4	3,80	3	3	4	3,33	4	3	3,50	5	5	4	4,67	5	5	5	5,00	4	3	4	2	4	3,40	4	3	3	3,33	3	3	4	3,33	2											

No. Resp	Celebrity Endoser														Pembelian Impulsif																												
	Kredibilitas					Rata2	Daya tarik			Rata2	Kecocokan antara citra dan nilai-nilai		Rata2	Dukungan tulus			Rata2	Keistimewaan			Rata2	Faktor afeksi					Rata2	Faktor kognitif			Rata2	Income level			Rata2	Tendency to spend			Rata2	Worth of product			Rata2
	K1	K2	K3	K4	K5		K1	K2	K3		K1	K2		D1	D2	D3		K1	K2	K3		F1	F2	F3	F4	F5		F1	F2	F3		I1	I2	I3		T1	T2	T3		W1	W2	W3	
104	5	4	2	4	4	3,80	4	4	3	3,67	3	4	3,50	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	4	4	4	3	3	3,60	3	3	4	3,33	4	4	2	3,33	4	4	2	3,33	2	3	2	2,33
105	4	4	4	4	4	4,00	3	3	2	2,67	4	4	4,00	3	4	4	3,67	4	4	4	4,00	4	3	5	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	3	2	4	3,00	2	2	2	2,00
106	3	4	3	3	3	3,20	3	4	4	3,67	4	3	3,50	4	4	3	3,67	4	3	4	3,67	4	3	5	4	3	3,80	4	4	3	3,67	3	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
107	4	4	3	3	4	3,80	4	4	5	4,33	4	3	3,50	2	3	3	2,67	3	2	2	2,33	4	4	4	5	4	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	2	2	3	2,33	1	2	1	1,33
108	5	4	4	4	4	4,20	4	4	5	4,33	4	4	4,00	4	5	4	4,33	5	4	4	4,33	4	5	4	4	4	4,20	4	5	4	4,33	5	4	4	4,33	5	5	4	4,67	4	3	4	3,67
109	4	4	4	3	3	3,60	4	4	5	4,33	4	4	4,00	3	4	4	3,67	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	2	4	4	3,33
110	3	4	4	3	4	3,60	4	5	5	4,67	3	4	3,50	4	4	3	3,67	4	3	4	3,67	3	4	3	4	3	3,40	3	4	3	3,33	3	4	3	3,33	5	4	5	4,67	4	3	4	3,67
111	2	2	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	3	4	3,50	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	4	1	3,00	3	2	1	2,00
112	5	4	4	3	4	4,00	5	5	5	5,00	5	4	4,50	4	4	4	4,00	5	5	5	5,00	5	4	4	5	4	4,40	5	5	3	4,33	4	5	3	4,00	4	4	5	4,33	3	4	3	3,33
113	3	3	4	3	2	3,00	3	5	5	4,33	3	3	3,00	3	4	3	3,33	4	5	3	4,00	4	5	5	5	5	4,80	5	4	5	4,67	5	4	5	4,67	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
114	4	3	4	3	4	3,60	4	4	4	4,00	3	3	3,00	3	4	4	3,67	4	5	4	4,33	4	4	4	5	4	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	4	3	3	3,33
115	3	3	3	2	1	2,40	2	5	5	4,00	3	2	2,50	2	4	3	3,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	5	3	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	4	2	4	3,33
116	5	5	4	3	3	4,00	4	4	4	4,00	3	5	4,00	3	4	4	3,67	5	5	3	4,33	4	3	5	5	5	4,40	5	4	4	4,33	4	5	4	4,33	4	5	5	4,67	4	4	3	3,67
117	4	4	3	3	4	3,60	3	5	5	4,33	3	4	3,50	4	5	4	4,33	5	3	4	4,00	4	4	5	4	4	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	3	4	3	3,33
118	5	4	4	4	4	4,20	5	4	5	4,67	5	5	5,00	3	4	5	4,00	5	5	4	4,67	4	5	5	4	4	4,60	4	4	5	4,33	4	4	4	4,00	4	5	4	4,33	3	3	4	3,33
119	4	4	4	4	5	4,20	4	4	5	4,33	4	4	4,00	5	4	4	4,33	4	5	5	4,67	3	4	5	5	5	4,40	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	4	3	3	3,33
120	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4	4,20	5	4	4	4,33	4	4	5	4,33	5	4	5	4,67	4	3	4	3,67
121	4	4	4	4	4	4,00	3	4	5	4,00	4	4	4,00	3	4	5	4,00	4	4	4	4,00	3	2	5	5	5	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	5	4,67	4	3	4	3,67
122	5	4	4	4	4	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	4	4	4	4	4	4,00	3	4	5	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	4	3	3	3,33
123	4	5	5	5	4	4,60	5	5	5	5,00	4	5	4,50	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
124	5	5	5	3	2	4,00	2	3	4	3,00	4	5	4,50	4	4	3	3,67	3	4	4	3,67	2	3	4	5	5	3,80	3	4	4	3,67	4	3	4	3,67	3	4	5	4,00	4	3	2	3,00
125	2	3	4	5	2	3,20	4	4	4	4,00	5	5	5,00	4	3	2	3,00	5	4	3	4,00	3	4	5	5	5	4,40	5	4	4	4,33	4	5	4	4,33	4	5	5	4,67	4	2	5	3,67
126	4	4	4	2	3	3,40	3	4	4	3,67	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	2	4	3,67	4	4	4	5	4	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	3	3	4	3,33
127	3	3	4	2	3	3,00	3	5	4	4,00	4	4	4,00	3	4	4	3,67	4	4	3	3,67	4	4	4	4	5	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	4	3	4	3,33
128	4	4	4	4	4	4,00	3	3	4	3,33	4	4	4,00	3	4	4	3,67	4	4	3	3,67	5	5	5	4	4	4,80	5	5	4	4,67	4	4	5	4,33	4	5	5	4,67	4	4	3	3,67
129	3	4	4	3	4	3,60	4	5	4	4,33	4	4	4,00	4	5	5	4,67	5	5	5	5,00	4	5	5	4	3	4,20	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	5	4	5	4,67	4	3	4	3,67
130	3	4	3	3	3	3,20	4	3	4	3,67	3	3	3,00	4	4	4	4,00	5	3	3	3,67	3	4	4	5	3	3,80	4	4	3	3,67	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
131	4	2	3	2	4	3,00	4	3	3	3,33	4	2	3,00	3	5	4	4,00	5	5	3	4,33	3	3	3	4	3	3,20	4	3	3	3,33	3	4	3	3,33	3	3	4	3,33	2	2	3	2,33
132	4	4	4	4	4	4,00	4	5	5	4,67	4	4	4,00	4	5	5	4,67	5	3	5	4,33	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	4	3	3	3,33
133	4	3	4	3	3	3,40	2	3	4	3,00	3	4	3,50	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67	3	4	4	3	3,60	4	4	3	3,67	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	4	4	4	3,00	
134	3	3	2	3	3	2,80	3	4	4	3,67	4	4	4,00	3	4	4	3,67	4	4	3	3,67	4	4	4	5	4	4,20	5	4	3	4,00	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
135	5	3	3	2	3	3,20	2	4	4	3,33	4	4	4,00	5	5	4	4,67	5	3	3	3,67	4	4	5	4	4	4,20	5	5	4	4,67	5	4	5	4,67	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
136	4	4	4	3	3	3,60	3	2	2	2,33	2	3	2,50	3	2	3	2,67	4	3	2	3,00	2	3	3	3	3	2,80	2	3	3	2,67	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	2	2	2	2,00
137	3	2	2	3	3	2,60	3	2	3	2,67	3	2	2,50	3	2	3	2,67	2	3	3	2,67	3	2	4	3	2	2,80	2	3	3	2,67	3	2	3	2,67	3	3	3	3,00	2	2	2	2,00
138	4	4	4	3	3	3,60	4	3	3	3,33	3	3	3,00	3	4	4	3,67	5	4	4	4,33	3	4	4	4	4	3,80	4	3	3	3,33	3	3	4	3,33	3	4	4	3,67	2	3	3	2,67
139	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	5	4	4,33	4	3	3	3,33
140	4	4	4	5	5	4,40	2	4	4	3,33	2	2	2,00	3	4	3	3,33	4	3	4	3,67	3	5	5	5	5	4,60	5	4	4	4,33	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	3	3	4	3,33
141	4	2	3	2	2	2,60	4	4	4	4,00	3	4	3,50	4	4	4	4,00	4	3	3	3,33	4	4	4	4	3	3,80	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	2	3	2	2,33
142	2	2	4	2	4	2,80	2	3	2	2,33	2	3	2,50	3	3	2	2,67	4	4	3	3,67	3	3	3	4	4	3,40	3	2														

No. Resp	Selebrity Endoser																Pembelian Impulsif																										
	Kredibilitas					Rata2	Daya tarik			Rata2	Kecocokan antara citra dan nilai-nilai		Rata2	Dukungan tulus			Rata2	Keistimewaan			Rata2	Faktor afeksi					Rata2	Faktor kognitif			Rata2	Income level			Rata2	Tendency to spend			Rata2	Worth of product			Rata2
	K1	K2	K3	K4	K5		K1	K2	K3		K1	K2		D1	D2	D3		K1	K2	K3		F1	F2	F3	F4	F5		F1	F2	F3		I1	I2	I3		T1	T2	T3		W1	W2	W3	
150	4	4	2	5	3	3,60	4	4	3	3,67	4	4	4,00	3	4	3	3,33	5	3	4	4,00	4	4	5	4	4	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	4	3	3	3,33
151	5	4	4	3	5	4,20	4	4	4	4,00	5	4	4,50	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67	3	4	3	4	5	3,80	4	3	3	3,33	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
152	4	3	5	4	4	4,00	4	4	4	4,00	2	2	2,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	5	4	4,33	3	3	4	3,33
153	4	3	3	2	2	2,80	4	4	4	4,00	3	4	3,50	5	4	4	4,33	4	3	2	3,00	4	5	5	5	5	4,80	4	5	5	4,67	4	5	4	4,33	4	4	5	4,33	3	4	4	3,33
154	3	3	3	3	5	3,40	4	4	4	4,00	3	3	3,00	3	5	4	4,00	5	4	3	4,00	3	5	5	5	4	4,40	4	5	4	4,00	5	4	4	4,33	5	5	4	4,67	3	4	4	3,67
155	5	5	4	5	4	4,60	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	3	3,67	4	3	4	3,67	3	3	3	4	3	3,20	4	3	3	3,33	3	3	4	3,33	4	4	3	3,67	3	2	3	2,67
156	4	4	3	5	4	4,00	4	4	4	4,00	3	3	3,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	4	4	4	5	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	3	3	4	3,33
157	5	2	2	3	3	3,00	4	5	5	4,67	4	5	4,50	5	4	4	4,33	4	4	3	3,67	4	2	5	4	3	3,60	3	4	3	3,33	4	4	2	3,33	4	3	4	3,67	2	3	3	2,67
158	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	3	3,50	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4	4	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	4	3	3	3,33
159	2	3	2	3	3	2,60	3	2	2	2,33	2	3	2,50	3	2	2	2,33	2	3	2	2,33	1	2	5	4	2	2,80	2	2	3	2,33	3	3	2	2,67	3	3	3	3,00	2	2	2	2,00
160	2	4	2	2	2	2,40	1	4	4	3,00	2	3	2,50	3	4	4	3,67	4	4	3	3,67	4	4	4	5	4	4,20	5	4	4	4,33	5	4	4	4,33	5	5	4	4,67	3	4	4	3,67
161	4	3	2	4	4	3,40	4	4	4	4,00	4	4	4,00	3	4	4	3,67	5	2	4	3,67	4	4	4	4	3	3,80	4	3	3	3,33	3	4	3	3,33	4	4	3	3,67	2	3	3	2,67
162	4	4	2	2	3	3,00	3	4	4	3,67	3	2	2,50	2	4	4	3,33	4	3	2	3,00	4	4	4	4	3	3,80	3	3	4	3,33	3	4	3	3,33	3	4	4	3,67	2	3	3	2,67
163	3	3	2	3	2,80	2	3	3	2,67	3	2	2,50	3	2	3	2,67	3	3	3	3,00	3	3	3	2	3	2,80	3	2	3	2,67	2	3	3	2,67	3	3	3	3,00	2	2	2	2,00	
164	3	4	3	4	3	3,40	3	2	3	2,67	3	2	2,50	3	2	2	2,33	3	3	3	3,00	2	3	4	2	2	2,60	3	2	2	2,67	3	2	3	2,67	3	3	3	3,00	2	3	1	2,00
165	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4,50	4	3	4	3,67	5	5	4	4,67	3	4	5	4	3	3,80	5	4	4	4,33	4	5	4	4,33	4	5	5	4,67	4	4	3	3,67
166	4	4	4	3	3	3,60	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	5	4,33	5	4	4	4,33	4	4	4	5	4	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	3	3	4	3,33
167	4	4	4	2	3	3,40	4	4	4	4,00	3	3	3,00	3	4	4	3,67	4	3	4	3,67	4	3	3	3	3	3,20	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	2	2	2,33
168	4	4	4	3	3	3,60	3	4	4	3,67	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	3	3	3,33	3	2	4	2	4	3,00	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00	3	3	4	3,33	2	3	2	2,33
169	3	3	2	2	2	2,40	2	2	2	2,00	2	2	2,00	2	2	3	2,33	2	3	3	2,67	3	2	2	2	2	2,20	2	2	2	2,33	3	2	2	2,33	3	2	2	2,33	1	2	1	1,33
170	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	2	3,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	2	4	4	3,33
171	4	5	5	3	3	4,00	3	5	4	4,00	4	3	3,50	4	4	4	4,00	5	4	3	4,00	3	5	4	5	2	3,80	4	3	2	3,00	3	3	3	3,00	3	4	3	3,33	2	3	2	2,33
172	4	4	5	3	3	3,80	4	5	4	4,33	3	4	3,50	4	4	4	4,00	4	3	3	3,33	5	4	5	5	2	4,20	5	4	4	4,33	3	5	5	4,33	4	5	5	4,67	3	4	4	3,67
173	2	2	2	1	1	1,60	2	4	4	3,33	3	3	3,00	2	4	3	3,00	4	3	4	3,67	4	4	5	4	4	4,20	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	4	3	3	3,33
174	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	2	3	2,50	3	3	3	3,00	5	5	2	4,00	2	2	3	5	3,00	3	4	3	3,33	3	3	4	3,33	3	4	4	3,67	4	4	2	3,33	
175	2	3	2	2	2	2,20	3	4	4	3,67	2	2	2,00	2	2	2	2,00	3	2	2	2,33	1	2	2	2	3	2,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	2	2	2	2,00	1	1	1	1,00
176	5	3	4	3	3	3,60	3	3	4	3,33	3	3	3,00	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00	4	3	4	4	4	3,80	3	3	4	3,33	4	3	3	3,33	3	4	4	3,67	2	2	1	1,67
177	5	5	5	5	5	5,00	4	5	5	4,67	5	4	4,50	5	5	4	4,67	4	5	4	4,33	4	5	4	5	4	4,40	4	4	5	4,33	4	5	4	4,33	4	4	5	4,33	1	2	2	1,67
178	4	3	3	3	3	3,20	4	4	4	4,00	3	3	3,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	3	3	4	4	3,40	4	4	3	3,67	3	4	4	3,67	4	4	4	4,00	3	2	4	3,00
179	2	3	3	3	3	2,80	2	2	2	2,00	2	2	2,00	2	2	2	2,00	3	3	2	2,67	3	2	2	2	2	2,20	2	3	2	2,33	3	2	2	2,33	2	3	3	2,67	1	2	2	1,67
180	5	5	5	4	5	4,80	4	3	4	3,67	4	4	4,00	4	3	4	3,67	5	5	4	4,67	4	4	4	3	3	3,60	4	3	4	3,67	4	4	3	3,67	4	4	4	4,00	2	3	4	3,00
181	5	5	5	5	5	5,00	5	4	4	4,33	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	5	4,33	2	4	4	3,33
182	3	3	3	3	3	3,00	4	3	4	3,67	3	3	3,00	3	3	3	3,00	4	3	2	3,00	4	4	4	4	3	3,80	3	4	4	3,67	3	3	3	3,00	4	3	3	3,33	3	2	2	2,33
183	5	3	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	3	4	3,50	3	4	4	3,67	4	4	4	4,00	3	4	4	5	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	5	4	4,33	3	3	4	3,33
184	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	5	4	4	4,33	4	3	3	3,33
185	4	4	2	3	4	3,40	3	4	4	3,67	3	3	3,00	3	4	3	3,33	4	3	4	3,67	4	3	4	4	3	3,60	3	4	4	3,67	4	3	4	3,67	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
186	4	3	2	2	2	2,60	2	3	3	2,67	3	2	2,50	3	2	3	2,67	2	3	3	2,67	2	3	3	3	3	2,80	2	2	3	2,33	2	2	3	2,33	3	2	2	2,33	2	1	1	1,33
187	3	4	1	3	2	2,60	4	4	3	3,67	4	3	3,50	4	3	4	3,67	4	3	4	3,67	3	4	4	4	4	3,80	3	4	4	3,67	3	3	4	3,33	4	4	3	3,67	2	3	1	2,00
188	4	5	5	4	4	4,40	4	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4</													