LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Bimbingan Skripsi

UNIVERSITAS GALUH
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020
PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020
Jl. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251

SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI
Nomor : 2728/34/ST/AK/D/X/2025

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis dengan ini memberi tugas membimbing skripsi kepada :

Nama : **H. Mujaddid Faruk, S.E., M.M.**
sebagai Pembimbing I

Nama : **Dr. H. Iwan Setiawan, S.E., M.M.**
sebagai Pembimbing II

Dalam penulisan/penyusunan skripsi mahasiswa untuk dan atas :

Nama : **WITA HALIMATUSSADIYAH**
NIM : 3402220337
Program Studi : **Manajemen**
Judul Skripsi : **PENGARUH REAL-TIME INTERACTION DAN LIVE SHOPPING EXPERIENCE TERHADAP IMPULSE BUYING DI E-COMMERCE TIKTOK SHOP**

Surat tugas ini berlaku sampai dengan skripsi selesai paling lambat 1 (satu) tahun setelah penetapan surat tugas ini.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ciamis, 29 Oktober 2025
Dekan,

Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M.
NIK. 3112770079

Tembusan :
- Yth. Ketua Program Studi yang bersangkutan
- Yth. Mahasiswa yang bersangkutan

Lampiran 2. Surat Izin Penelitian

UNIVERSITAS GALUH
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020
PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020
Jl. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251

Nomor : 3481/34/SP/AK/D/XII/2025
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh
di
Tempat

Dengan Hormat,
Berdasarkan Program Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis, dalam rangka menyelesaikan studi mahasiswa diwajibkan untuk menyusun skripsi. Untuk keperluan tersebut kiranya Bapak/Ibu dapat membantu mahasiswa kami dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data. Adapun mahasiswa yang dimaksud adalah:

N a m a	: Wita Hamlimatussadiyan
Nomor Pokok / NIM	: 3402220337
Asal Program Studi	: Manajemen
Tempat Tanggal Lahir	: Tasikmalaya, 24 mei 2003
Telepon / HP	: 085624382303
Alamat	: Kp. Karangmukti Desa Kertamukti Kec. Ciawi Kab. Tasikmalaya
Lamanya Penelitian	: Desember 2025 - Februari 2026
Judul Penelitian	: Pengaruh Promosi Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying (Suatu Studi Pada Konsumen Cafe Cinco.k)

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Ciamis, 23 Desember 2025
Dekan,

Dr. Nardiana Mulyatini, S.E.,M.M.
NIP. 19[illegible]0079

Lampiran 3 . Surat Balasan Penelitian

CINCO.K INTOWN

Nomor :15/ST/XII/2025

Argasari , 25 Desember 2025

Kepada
Yth Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Galuh
Di Tempat

Perihal : Surat Izin Penelitian

Dengan Hormat
Berdasarkan surat nomor: 3481/34/SP/AK/D/XII/2025 Tanggal 23 Desember 2025 perihal konfirmasi izin penelitian kepada mahasiswa/i :

Nama : Wita Halimatussadiyah
NIM : 3402220337
Program Studi : Manajemen

Bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa /i tersebut diizinkan melaksanakan penelitian di perusahaan kami.

Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Owner Cinco.k In Town

Lita Dwi Yuliandari S.Ip.

TikTok cincok intown

cinco.kintown

Alamat
Jl.Argasari I,Argasari,Kec,Cihideung, Kab. Tasikmalaya

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PROMOSI DAN *FEAR OF MISSING OUT* TERHADAP *IMPULSE BUYING*
(Suatu Studi Pada Konsumen *Coffee shop* Cinco.K In Town Di Tasikmalaya)

Kepada Yth,

Responden Penelitian

Assalamualaikum wr.wb

Saya Wita Halimatussadiyah Mahasiswa Program Studi Manajemen di Universitas Galuh sedang melakukan penelitian tugas akhir (Skripsi) dengan judul "Pengaruh Promosi dan *Fear Of Missing Out* Terhadap *Impulse Buying* "(Suatu Studi Pada Konsumen *Coffee shop* Cinco.K In Town Di Tasikmalaya)". Salah satu teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dengan metode angket. Dengan ini saya memohon ketersediaan dari Saudara/i untuk meluangkan waktunya guna mengisi kuisioner ini.

Atas ketersediannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr. wb

Hormat Saya

Wita Halimatussadiyah

1. Petunjuk Pengisian Kusioner

a. Bacalah dengan teliti masing-masing pernyataan kuesioner

b. Isi identitas sesuai kolom

c. Silahkan beri tanda (✓) pada kolom yang disediakan sesuai dengan pendapat Saudara/i

2. Karakteristik Responden

1. Nama
2. Jenis Kelamin : Laki-laki ☐
   Perempuan ☐
3. Usia : < 20 tahun ☐
   20 - 25 tahun ☐
   > 25 tahun ☐

3. Pilihlah Jawaban

Silakan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi anda dengan memberi tanda centang (✓) pada jawaban yang tersedia.

Keterangan :

Angka 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

Angka 2 : Tidak Setuju (TS)

Angka 3 : Kurang Setuju (KS)

Angka 4 : Setuju (S)

Angka 5 : Sangat Setuju (SS)

PERNYATAAN KUESIONER

Pernyataan untuk variabel X1 (Promosi)

NO	Pernyataan Promosi	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
***Advertising* (Periklanan)**						
1	Iklan *Coffee shop Cinco.k In Town* sudah memberikan informasi yang jelas					
2	Saya tertarik membeli di *Coffee shop* Cinco.K In Town secara spontan setelah melihat iklan promosi seperti diskon atau menu baru yang sedang ramai.					
3	Saya memutuskan membeli di *Coffee shop* Cinco.K In Town tanpa perencanaan setelah melihat iklan promosi yang menarik dan sedang menjadi tren di kalangan pengunjung.					
***Personal Selling* (Penjualan Pribadi)**						
4	Saya merasa penjelasan yang diberikan mengenai produk *Coffee shop Cinco.k In Town* membantu saya memahami keunggulannya.					
5.	Interaksi penjualan langsung di *Coffee shop* Cinco.K In Town memengaruhi keputusan pembelian secara tiba-tiba terhadap produk yang sedang ramai diperbincangkan pengunjung					
6	Saya terdorong melakukan pembelian di *Coffee shop* Cinco.K In Town ketika melihat promosi waktu terbatas, karena khawatir tidak kebagian seperti orang lain.					
***Sales Promotion* (Promosi penjualan)**						
7	Saya merasa program promosi yang ditawarkan *Coffee shop Cinco.k In Town* meyakinkan untuk mendorong saya melakukan pembelian					
8	Saya merasa bahwa promosi penjualan dalam yang dilakukan *Coffee shop Cinco.k In Town* lebih menarik dibandingkan dengan *Coffee shop* lain.					

NO	Pernyataan Promosi	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
9	Saya terdorong membeli secara spontan di *Coffee shop* Cinco.K In Town karena adanya promosi seperti diskon atau paket bundling yang sedang ramai diminati.					
***Direct Marketing* (Pemasaran langsung)**						
10	Promosi yang ditawarkan secara langsung *Coffee shop Cinco.k In Town* cukup menarik perhatian saya.					
11	Saya merasa informasi yang diberikan melalui pemasaran langsung cukup meyakinkan untuk membuat saya tertarik berkunjung					
12	Saya tertarik melakukan pembelian di *Coffee shop* Cinco.K In Town setelah menerima informasi promo langsung melalui pesan atau media sosial					
***Publicity* (Publisitas)**						
13	Saya merasa kerja sama dengan influencer meningkatkan kepercayaan saya terhadap *Coffee shop* Cinco.k In Town					
14	Saya merasa terpengaruh untuk berkunjung ke *coffee shop* cinco.k in town setelah melihat ulasan					
15	Saya memutuskan membeli di Cinco.K In Town tanpa perencanaan setelah melihat konten atau rekomendasi yang membuat tempat tersebut terlihat sedang populer					

Pernyataan untuk variabel X2 (*Fear Of Missing Out)*

NO	Pernyataan *Fear Of Missing Out*	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
Ketakutan						
1	Saya merasa ragu apakah saya akan tertinggal momen penting jika tidak datang ke *Coffee shop Cinco.k In Town* saat sedang ramai.					
2	Saya merasa tidak tenang ketika melihat *Coffee shop* Cinco.k In Town ramai, tetapi saya tidak ikut berkunjung.					
3	Saya merasa takut ketinggalan tren di Cinco.K In Town ketika melihat banyak orang memanfaatkan penawaran yang ada.					
Kekhawatiran						
4	Saya merasa bingung apakah keputusan saya untuk tidak berkunjung membuat saya kehilangan pengalaman sosial yang menyenangkan.					
5	Saya khawatir akan merasa tertinggal dari orang lain yang datang ke *Coffee shop Cinco.k In Town.*					
6	Saya cenderung segera membeli di *Coffee shop* Cinco.K In Town ketika melihat penawaran tertentu, karena ada kekhawatiran akan menyesal jika melewatkannya.					
Kecemasan						
7	Saya merasa gelisah ketika tidak ikut hadir dalam aktivitas yang sedang berlangsung di *Coffee shop Cinco.k In Town*					
8	Saya merasa cemas jika tidak ikut serta dalam suasana yang sedang terjadi di *Coffee shop Cinco.k In Town.*					
9	Saya merasa ada tekanan tersendiri untuk ikut mencoba di Cinco.K In Town saat penawaran tertentu mulai ramai, meskipun sebelumnya tidak berencana membeli.					

Pernyataan untuk variabel Y (*Impulse Buying)*

NO	Pernyataan *Impulse Buying*	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
***Spontanity* (Spontanitas)**						
1	Saya kerap berkunjung ke *Coffee shop* Cinco.k In Town secara tidak terencana.					
2	Saya langsung tertarik membeli menu di *Coffee shop* Cinco.K In Town saat melihat adanya promosi menarik tanpa merencanakannya terlebih dahulu.					
3	Saya terdorong membeli secara spontan di *Coffee shop* Cinco.K In Town karena takut ketinggalan tren yang sedang populer.					
***Power, compultion, and intensity* (Kekuatan, kompulsif, dan intensitas)**						
4	Saya sering merasa terdorong untuk segera berkunjung ke *Coffee shop* Cinco.k In Town ketika melihat adanya promo menarik tanpa banyak pertimbangan					
5	Saya merasa perlu untuk segera berkunjung ke *Coffee shop Cinco.K In Town* untuk sekedar nongkrong saja dan membeli segelas coffe.					
6	Saya merasa tidak bisa menahan diri untuk tidak berbelanja saat melihat promo atau diskon pada *coffee shop* tersebut.					
***Excitement and simulation* (Kegairahan dan stimulasi)**						
7	Merasa bersemangat untuk langsung membeli menu di *Coffee shop* Cinco.K In Town ketika melihat tempat tersebut sedang ramai dan menjadi tren di kalangan pengunjung					
8	Muncul rasa antusias untuk mencoba menu di *Coffee shop* Cinco.K In Town secara spontan karena banyak orang membagikan pengalaman mereka di media sosial					

NO	Pernyataan *Impulse Buying*	STS	TS	KS	S	SS
		1	2	3	4	5
9	Merasa terdorong melakukan pembelian tanpa perencanaan di *Coffee shop Cinco.K In Town* karena takut ketinggalan suasana atau tren yang sedang populer.					
***Disregard for consequences* (Ketidakpedulian akan akibat)**						
10	Tetap melakukan pembelian di *Coffee shop* Cinco.K In Town tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan karena tertarik promosi dan ingin ikut tren yang sedang populer.					
11	Pembelian secara spontan di *Coffee shop* Cinco.K In Town terjadi karena tertarik dengan penawaran yang ada, walaupun dampaknya terhadap pengeluaran tidak terlalu dipikirkan.					
12	Rasa takut ketinggalan tren membuat pembelian di *Coffee shop* Cinco.K In Town dilakukan tanpa banyak mempertimbangkan rencana pengeluaran sebelumnya					

Lampiran 4. Hasil Jawaban Responden

Responden Promosi (X1)

NO	Promosi (X1)															Total
	Advertising			*Personal Selling*			*Sales Promotion*			*Direct Marketing*			*Publicity*			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
1	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	**68**
2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	**41**
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**46**
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	**63**
5	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	**47**
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**45**
7	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	**62**
8	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**73**
9	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	**58**
10	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**59**
11	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**74**
12	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	**55**
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	**61**
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
15	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	**55**
16	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	**53**
17	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	**32**
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	**44**
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**45**
20	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	**71**
21	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	**63**
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**45**
23	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	**67**
24	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	**54**
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
26	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	**55**
27	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	**62**
28	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	**64**
29	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	**48**
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	**62**
31	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	**56**
32	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	**57**
33	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	**44**

NO	Promosi (X1)															Total
	Advertising			*Personal Selling*			*Sales Promotion*			*Direct Marketing*			*Publicity*			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
34	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	**65**
35	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	**65**
36	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	**55**
37	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	**32**
38	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**61**
39	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	**53**
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	**44**
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	**59**
43	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**46**
44	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	**51**
45	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	**50**
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
47	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	**46**
48	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	**36**
49	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	**62**
50	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**61**
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**75**
52	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	**57**
53	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	**40**
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	**59**
55	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	**67**
56	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	**55**
57	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**74**
58	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**61**
59	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	**54**
60	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	**52**
61	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	**48**
62	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	**50**
63	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	**50**
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	**46**
64	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	**52**
66	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	**49**
67	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**61**
68	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	**47**
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	**47**
70	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	**68**

NO	Promosi (X1)															Total
	Advertising			*Personal Selling*			*Sales Promotion*			*Direct Marketing*			*Publicity*			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	
71	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	**57**
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	**46**
74	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	**63**
75	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	**52**
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**75**
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	**46**
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	**72**
79	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	**58**
80	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	**50**
81	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	**69**
82	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	**65**
83	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	**43**
84	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	**58**
85	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	**52**
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	**61**
87	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**59**
88	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	**66**
89	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	**52**
90	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	**48**
91	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	**45**
92	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	**52**
93	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	**33**
94	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	**56**
95	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	**51**
96	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**74**
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**60**
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	**44**
99	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	**58**
100	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**74**
JML	**372**	**370**	**373**	**367**	**367**	**372**	**375**	**368**	**368**	**369**	**380**	**370**	**370**	**372**	**373**	**5566**

Responden *Fear Of Missing Out* (X2)

NO	*Fear Of Missing Out* (X2)									Total
	Ketakutan			Kekhawatiran			Kecemasan			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	
1	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	42
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
6	4	4	4	4	4	3	3	4	3	33
7	4	3	4	3	4	4	4	4	4	34
8	5	4	5	4	4	4	5	5	4	40
9	3	4	3	3	4	4	3	4	4	32
10	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
11	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
12	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
13	4	5	5	5	5	5	4	5	4	42
14	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
15	4	4	4	3	4	3	3	4	4	33
16	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
18	3	3	3	4	3	3	4	3	4	30
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
20	5	4	5	5	5	4	5	5	5	43
21	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
23	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
24	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
28	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
29	3	3	4	3	3	3	3	4	3	29
30	4	4	4	5	5	4	5	4	4	39
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
34	5	5	5	4	5	5	4	4	5	42
35	5	5	5	4	4	4	4	5	5	41

NO	*Fear Of Missing Out* (X2)									Total
	Ketakutan			Kekhawatiran			Kecemasan			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	
36	4	4	4	4	3	4	3	4	3	**33**
37	2	3	2	2	2	2	3	2	2	**20**
38	4	4	4	5	5	4	4	5	4	**39**
39	3	4	4	4	4	3	3	4	4	**33**
40	4	4	4	3	4	4	4	4	4	**35**
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**27**
42	4	4	4	5	4	4	4	4	4	**37**
43	3	4	3	4	3	4	3	3	3	**30**
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**27**
45	3	4	3	4	4	3	4	4	4	**33**
46	4	4	3	4	4	4	4	4	4	**35**
47	3	3	3	3	4	3	3	3	3	**28**
48	2	2	2	2	2	2	2	2	2	**18**
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**45**
50	4	4	4	4	4	4	4	4	5	**37**
51	4	5	5	5	5	5	5	5	5	**44**
52	4	3	3	3	4	4	4	4	4	**33**
53	2	2	2	2	2	2	2	2	2	**18**
54	5	5	4	5	5	4	5	5	5	**43**
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**36**
56	3	3	4	4	4	3	3	4	4	**32**
57	4	4	4	5	4	4	4	4	4	**37**
58	4	4	4	5	5	4	4	4	5	**39**
59	3	4	4	4	3	4	3	4	4	**33**
60	4	4	3	3	4	4	3	3	4	**32**
61	4	4	4	4	4	4	5	4	4	**37**
62	3	3	4	3	3	4	3	3	3	**29**
63	3	3	3	4	3	4	4	3	3	**30**
64	3	3	3	3	4	3	3	4	3	**29**
64	4	4	4	5	4	4	4	4	4	**37**
66	3	4	3	3	3	3	3	4	3	**29**
67	3	3	3	4	4	3	4	3	4	**31**
68	3	3	3	4	3	3	3	4	3	**29**
69	3	3	3	3	3	2	2	2	3	**24**
70	4	4	4	5	5	4	4	4	5	**39**
71	4	4	4	4	4	4	5	4	4	**37**
72	4	4	3	3	4	5	4	4	4	**35**

NO	*Fear Of Missing Out* (X2)									Total
	Ketakutan			Kekhawatiran			Kecemasan			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	
73	4	4	3	3	3	3	3	3	3	**29**
74	5	4	4	5	5	5	4	5	4	**41**
75	3	4	3	3	3	3	4	4	3	**30**
76	5	5	4	5	5	5	5	5	4	**43**
77	3	4	4	3	4	4	4	4	4	**34**
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**45**
79	3	4	4	4	4	4	4	4	4	**35**
80	3	4	3	3	3	3	3	3	3	**28**
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**36**
82	4	4	5	4	4	4	4	4	4	**37**
83	2	2	2	2	2	2	3	3	3	**21**
84	4	3	3	3	4	3	3	3	3	**29**
85	4	4	3	3	3	3	3	3	4	**30**
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**36**
87	4	4	4	4	4	4	4	3	4	**35**
88	5	5	5	4	4	4	4	5	4	**40**
89	3	4	4	3	4	4	4	4	4	**34**
90	3	3	2	3	3	3	3	3	3	**26**
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**27**
92	4	3	4	4	4	4	4	3	4	**34**
93	3	3	3	2	3	3	3	3	3	**26**
94	4	4	3	4	4	3	4	4	4	**34**
95	5	4	5	5	4	4	4	4	4	**39**
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**36**
97	4	3	3	4	3	4	3	4	4	**32**
98	3	3	3	3	3	3	4	3	3	**28**
99	3	4	3	3	3	3	3	3	3	**28**
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	**45**
JML	**368**	**374**	**367**	**374**	**375**	**366**	**371**	**379**	**376**	**3350**

Responden *Impulse Buying* (Y)

NO	*Impulse Buying* (Y)												Total
	Spontanity			*Power, compultion, and intensity*			*Excitement and simulation*			*Disregard for consequences*			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
1	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	55
2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	39
3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	44
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	52
5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	37
6	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
8	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	59
9	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	41
10	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	46
11	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	54
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
13	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	43
14	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	54
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	37
16	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	45
17	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	33
18	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	41
19	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	36
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
21	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	44
22	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	39
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
24	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	42
25	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	45
26	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	46
27	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	42
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
30	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	50
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	46
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
33	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37

NO	*Impulse Buying* (Y)												Total
	Spontanity			*Power, compultion, and intensity*			*Excitement and simulation*			*Disregard for consequences*			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
34	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	52
35	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	53
36	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	42
37	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	29
38	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	50
39	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	45
40	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	50
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
42	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	52
43	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	42
44	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	46
45	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	46
46	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
48	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	34
49	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
51	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	59
52	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	44
53	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	30
54	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	53
55	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
56	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	45
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
58	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	45
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
62	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	40
63	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	40
64	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	39
65	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	46
66	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	40
67	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	42
68	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	43

NO	*Impulse Buying* (Y)												Total
	Spontanity			*Power, compultion, and intensity*			*Excitement and simulation*			*Disregard for consequences*			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	
69	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	45
70	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	55
71	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
72	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	55
73	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	40
74	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	51
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
76	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	54
77	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	33
78	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	56
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
80	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	50
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	37
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
87	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
88	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	51
89	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	40
90	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46
91	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	38
92	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	37
93	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	37
94	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	43
95	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49
96	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	56
97	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	46
98	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	32
99	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	39
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	58
JML	372	371	370	374	375	375	376	365	375	373	369	381	4476

Lampiran 5. Dokumentasi

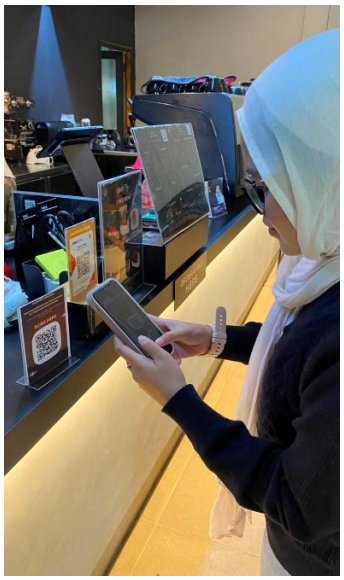


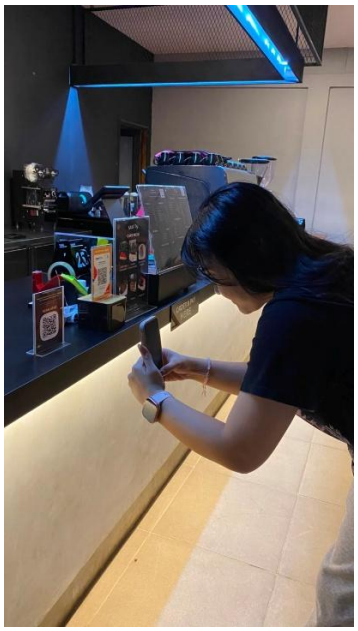






Lampiran 6. Bukti Sebar Kuesioner




Lampiran 7. T – Tabel

Distribusi Nilai t_{tabel}

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66	61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651
15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744	91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738	92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733	93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728	94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637
35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724	95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719	96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715	97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712	98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708	99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701	101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698	102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695	103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692	104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690	105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687	106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685	107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682	108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680	109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678	110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676	111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674	112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672	113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670	114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624
55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668	115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667	116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665	1177	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663	118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662	119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

Dari "Table of Percentage Points of the t-Distribution." Biometrika, Vol. 32, (1941), p. 300. Reproduced by permission of the Biometrika Trustess.

Lampiran 8. F – Tabel

LAMPIRAN 8, T Tabel Untuk Alpha α 5% t

df	0,05	0,025
1	6.314	12.706
2	2.920	4.303
3	2.353	3.182
4	2.132	2.776
5	2.015	2.571
6	1.943	2.447
7	1.895	2.365
8	1.860	2.306
9	1.833	2.262
10	1.812	2.228
11	1.796	2.201
12	1.782	2.179
13	1.771	2.160
14	1.761	2.145
15	1.753	2.131
16	1.746	2.120
17	1.740	2.110
18	1.734	2.101
19	1.729	2.093
20	1.725	2.086
21	1.721	2.080
22	1.717	2.074
23	1.714	2.069
24	1.711	2.064
25	1.708	2.060
26	1.706	2.056
27	1.703	2.052
28	1.701	2.048
29	1.699	2.045
30	1.697	2.042
31	1.696	2.040
32	1.694	2.037
33	1.692	2.035
34	1.691	2.032
35	1.690	2.030
36	1.688	2.028
37	1.687	2.026
38	1.686	2.024
39	1.685	2.023
40	1.684	2.021
41	1.683	2.020
42	1.682	2.018
43	1.681	2.017
44	1.680	2.015
45	1.679	2.014
46	1.679	2.014
47	1.678	2.013
48	1.677	2.012
49	1.677	2.011
50	1.676	2.010
51	1.675	2.008
52	1.675	2.007

df	0,05	0,025
53	1.674	2.006
54	1.674	2.005
55	1.673	2.004
56	1.673	2.003
57	1.672	2.002
58	1.672	2002
59	1.671	2.001
60	1.671	2.000
61	1.670	2.000
62	1.670	1.999
63	1.669	1.998
64	1.669	1.998
65	1.669	1.997
66	1.668	1.997
67	1.668	1.996
68	1.668	1.995
69	1.667	1.995
70	1.667	1.994
71	1.667	1.995
72	1.666	1.993
73	1.666	1.993
74	1.666	1.993
75	1.665	1.992
76	1.665	1.992
77	1.665	1.991
78	1.665	1.991
79	1.664	1.990
80	1.664	1.990
81	1.664	1.990
82	1.664	1.989
83	1.663	1.989
84	1.663	1.989
85	1.663	1.988
86	1.663	1.988
87	1.663	1.988
88	1.662	1.987
89	1.662	1.987
90	1.662	1.987
91	1.662	1.986
92	1.662	1.986
93	1.661	1.986
94	1.661	1.986
95	1.661	1.985
96	1.661	1.985
97	1.661	1.985
98	1.661	1.984
99	1.660	1.984
100	1.660	1.984
101	1.660	1.984
102	1.660	1.983
103	1.660	1.983
104	1.660	1.983

df	0,05	0,025
105	1.659	1.983
106	1.659	1.983
107	1.659	1.982
108	1.659	1.982
109	1.659	1.982
110	1.659	1.982
111	1.659	1.982
112	1.659	1.981
113	1.658	1.981
114	1.658	1.981
115	1.658	1.981
116	1.658	1.981
117	1.658	1.980
118	1.658	1.980
119	1.658	1.980
120	1.658	1.980
121	1.658	1.980
122	1.657	1.980
123	1.657	1.979
124	1.657	1.979
125	1.657	1.979
126	1.657	1.979
127	1.657	1.979
128	1.657	1.979
129	1.657	1.979
130	1.657	1.978
131	1.657	1.978
132	1.656	1.978
133	1.656	1.978
134	1.656	1.978
135	1.656	1.978
136	1.656	1.978
137	1.656	1.977
138	1.656	1.977
139	1.656	1.977
140	1.656	1.977
141	1.656	1.977
142	1.656	1.977
143	1.656	1.977
144	1.656	1.977
145	1.655	1.976
146	1.655	1.976
147	1.655	1.976
148	1.655	1.976
149	1.655	1.976
150	1.655	1.976
151	1.655	1.976
152	1.655	1.976
153	1.655	1.976
154	1.655	1.975
155	1.655	1.975
156	1.655	1.975

df	0,05	0,025
157	1.655	1.975
158	1.655	1.975
159	1.654	1.975
160	1.654	1.975
161	1.654	1.975
162	1.654	1.975
163	1.654	1.975
164	1.654	1.975
165	1.654	1.974
166	1.654	1.974
167	1.654	1.974
168	1.654	1.974
169	1.654	1.974
170	1.654	1.974
171	1.654	1.974
172	1.654	1.974
173	1.654	1.974
174	1.654	1.974
175	1.654	1.974
176	1.654	1.974
177	1.654	1.973
178	1.653	1.973
179	1.653	1.973
180	1.653	1.973
181	1.653	1.973
182	1.653	1.973
183	1.654	1.973
184	1.653	1.973
185	1.653	1.973
186	1.653	1.973
187	1.653	1.973
188	1.653	1.973
189	1.654	1.973
190	1.653	1.973
191	1.653	1.972
192	1.653	1.972
193	1.653	1.972
194	1.653	1.972
195	1.654	1.972
196	1.653	1.972
197	1.653	1.972
198	1.653	1.972
199	1.653	1.972
200	1.653	1.972