

Lampiran 1. Berita Acara Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Bima Prasetyo
2. NIM : 191500020
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh *Live Streaming Video Promotion*, Harga Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pengguna Shopee Di Kelurahan Gayungan Surabaya
5. Dosen Pembimbing : Dra. Christina Menuk Sri Handayani, S.E., M.M.
6. Konsultasi : 17 September 2022- 17 Maret 2023

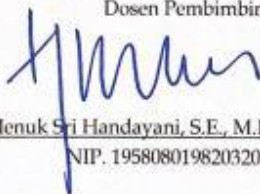
No.	Tanggal	Materi Bimbingan	Keterangan	Paraf Pembimbing
1.	28-09-2022	Judul	ACC	
2.	04-10-2022	Matriks	Revisi	
3.	05-10-2022	Matriks	ACC	
4.	11-10-2022	BAB I	Revisi	
5.	27-10-2022	BAB I - BAB II	Revisi	
6.	01-11-2022	BAB I- BAB II	Revisi	
7.	16-11-2022	BAB I- BAB III	Revisi	
8.	23-11-2022	BAB I- BAB II	ACC	

9.	29-11-2022	BAB III + Kuesioner	ACC + Revisi	HC
10.	06-12-2022	Kuesioner	ACC	HC
11.	08-02-2023	BAB IV	Revisi	HC
12.	16-02-2023	BAB III - BAB IV	Revisi	HC
13.	21-02-2023	BAB III - BAB V	Revisi	HC
14.	27-02-2023	BAB III + BAB IV- BAB V	Revisi + ACC	HC
15.	03-03-2023	Artikel	Revisi	HC
16.	06-03-2023	Artikel	Revisi	HC
17.	09-03-2023	BAB I - BAB V + Artikel	ACC	HC

1. Tanggal selesai Menulis Skripsi : 9 Maret 2023
2. Telah diuji dengan nilai :


Surabaya, 10 Maret 2023

Dosen Pembimbing,



Dra. Christina Menuk Sri Handayani, S.E., M.M.
NIP. 19580801982032001

Lampiran 2 . Format Revisi Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS
 Kampus Jl DukuhMenanggal XII/4, Telp- Fax 031-8281183 Surabaya 60234
 Website <http://www.uniprady.ac.id>

BERITA ACARA
BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

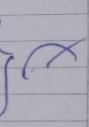
Nama : Bima Prasetyo _____

NIM/Program Studi : 191500020 / Manajemen _____

Judul Skripsi : Pengaruh live Streaming Video promotion, Harga Produk dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian produk penggosok chapee dikelurahan Gedugan Surabaya _____

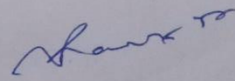
Tanggal Ujian Skripsi : 31 Maret 2023 _____

Penguji : 1. Dr. Edy Sulistyawan, S.Si M.Si _____
 2. Bisma Arianto, S.E. M.M _____

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	6/4/2023	- Cara tata cara penulisan semi pedoman	
2		- Tabel referensi	
3		- Cara gaya lanang hial	
4		- Cara penulisan semi pedoman	
5			
6			
7			
8			

Surabaya, 6 April 2023

Penguji I, _____

Penguji II, 



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

Kampus : Jl DukuhMenanggal XII/4, Telp-Fax 031-8281183 Surabaya 60234
 Website : <http://www.unipasby.ac.id>

**BERITA ACARA
 BIMBINGAN REVISI SKRIPSI**

Nama : Bima Prasetyo
 NIM/Program Studi : 191500020 / Manajemen
 Judul Skripsi : Pengaruh Live Streaming Video Promotion, Harga Produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Pengguna Shopee di kelurahan Gayungan Surabaya
 Tanggal Ujian Skripsi : 31 Maret 2023 (Revisi Mtkr. 2 Minggu)
 Penguji : 1. Dr. Edy Sulistyawan, S.Si, M.Si.
2. Bisma Arianto, S.E., M.M.

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

Penguji I,

Surabaya,
 Penguji II,

Dr. Edy Sulistyawan, M.Si.

Lampiran 3. Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

Nomor : 22.1036 /01/FEB/ X /2022
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Lurah Kelurahan Gayungan
Jl. A. Yani No. 222 A
di-
Surabaya

Sesuai Kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Bima Prasetyo
NIM : 191500020
Prodi : Manajemen
Judul : PENGARUH LIVE STREAMING VIDEO PROMOTION, HARGA PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PENGGUNA SHOPEE DI KELURAHAN GAYUNGAN SURABAYA

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
13 Oktober 2022

Eddy Satrio Wibowo, SE., M.Pd., M.SM
NPP : 0709494/DY

Lampiran 3. Surat Balasan Penelitian



PEMERINTAH KOTA SURABAYA
KECAMATAN GAYUNGAN
KELURAHAN GAYUNGAN

Jl. Achmad Yani No. 222 – ASurabaya60235
Telp (031) 8292322 Fax. (031) 8292322

Nomor : 000/ 214 / 436.9.6.2/2022
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Perijinan Penelitian dan
Pengambilan Data

Surabaya, 19 Oktober 2022
Kepada :
Yth. Dekan Universitas PGRI ADI Buana
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Jl. Dukuh Menanggal XII/4
di
Surabaya

Perihal permohonan ijin yang dilakukan kepada Saudara Bima Prasetyo untuk Skripsi / Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah telah kami terima dan diijinkan untuk penelitian dan pengambilan data di tempat kami sesuai dengan jangka waktu yang sudah disepakati.

Demikian surat perijinan penelitian dan pengambilan data yang kami buat.

Terima kasih.



Rachmida Yustiani, ST
Penata / IIC
NIP. 198112112011012007

Lampiran 4. Kuesioner Penelitian

Yth. Saudara/i Responden
di tempat

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Bima Prasetyo mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adibuana Surabaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi terkait dengan "Pengaruh *Live Streaming Video Promotion*, Harga Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pengguna Shopee di Kelurahan Gayungan Surabaya". Saya mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuisisioner yang telah disediakan dengan jujur sesuai dengan keadaan Saudara/i. Data serta identitas Saudara/i akan dijaga kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian akademik.

Informasi yang Saudara/i berikan akan sangat membantu kelancaran penelitian ini. Demikian, atas kesediaan dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Bima Prasetyo
(Peneliti)

Kuesioner Penelitian

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
4. Umur :
5. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa
Pegawai Negeri
Swasta
Wiraswasta
Lain-lain

6. Saya telah melakukan transaksi pembelian setelah menonton *Live streaming* melalui Shopee sebanyak:
1x
2x
3x
Lebih dari 3x

II. Petunjuk Pengisian

Beri tanda centang (✓) pada yang jawaban yang sesuai dengan pendapat Anda, dengan ketentuan:

(STS) Sangat Tidak Setuju	(TS) Tidak Setuju	(R) Ragu	(S) Setuju	(SS) Sangat Setuju
1	2	3	4	5

III. Variabel Penelitian

Live Streaming Video Promotion (X₁)

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
Waktu Promosi						
1.	Saya menikmati waktu saya untuk menonton promosi melalui <i>Shopeelive streaming</i> .					
2.	Saya merasa bahwa durasi yang digunakan untuk promosi melalui <i>Shopeelive streaming</i> fleksibel.					
Bonus						
3.	Saya merasa bahwa bonus yang diberikan pada saat promosi melalui <i>Shopeelive streaming</i> menarik.					
4.	Saya tertarik untuk menonton promosi melalui <i>Shopeelive streaming</i> karena adanya bonus dari penjual.					
Gambar Visual						
5.	Saya merasa bahwa gambar yang ditampilkan pada saat promosi <i>Shopeelive streaming</i> berkualitas.					
6.	Saya merasa bahwa tampilan visual oleh penjual pada saat promosi melalui <i>Shopeelive streaming</i> menarik.					
Komunikasi						

7.	Saya lebih leluasa dalam berinteraksi kepada penjual pada saat promosi melalui <i>Shopeelive streaming</i> .					
8.	Saya lebih leluasa melihat interaksi konsumen lain kepada penjual pada saat promosi melalui <i>Shopeelive streaming</i> .					

Harga Produk (X_2)

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
Tingkat Harga						
9.	Saya merasa bahwa harga yang ditawarkan penjual pada saat promosi melalui <i>Shopeelive streaming</i> lebih rendah.					
10.	Saya merasa bahwa harga yang ditawarkan penjual pada saat promosi melalui <i>Shopeelive streaming</i> sesuai dengan saya beli saya.					
Potongan Harga						
11.	Saya merasa bahwa harga yang ditawarkan penjual pada saat promosi melalui <i>Shopeelive streaming</i> sangat menarik.					
12.	Saya cenderung mendapatkan banyak potongan harga ketika membeli barang yang dipromosikan melalui <i>Shopeelive streaming</i> .					
Waktu Pembayaran						

13.	Saya merasa waktu pembayaran yang diberikan penjual pada saat promosi melalui <i>Shopeelive streaming</i> tepat.					
14.	Saya merasa waktu pembayaran yang diberikan pada saat promosi melalui <i>Shopeelive streaming</i> sesuai dengan kemampuan saya untuk membayar.					
Syarat Pembayaran						
15.	Saya merasa syarat pembayaran yang diberikan pada saat promosi melalui <i>Shopeelive streaming</i> praktis.					
16.	Saya merasa syarat pembayaran yang diberikan pada saat promosi melalui <i>Shopeelive streaming</i> mudah dipahami.					

Kualitas Produk (X_3)

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
Daya Tahan						
17.	Saya merasa bahwa produk yang dijual melalui promosi <i>Shopeelive streaming</i> memiliki bahan yang bermutu					
18.	Saya merasa bahwa produk yang dijual melalui promosi <i>Shopeelive streaming</i> tahan lama					
Kesesuaian						
19.	Saya merasa bahwa produk yang saya terima sesuai dengan produk yang ditampilkan oleh penjual pada saat promosi <i>Shopeelive streaming</i> sesuai dengan					

20.	Saya merasa bahwa produk yang dijual melalui Shopee promosi <i>Shopeelive streaming</i> dapat berfungsi dengan baik					
Keandalan						
21.	Saya merasa bahwa produk yang dijual melalui promosi <i>Shopeelive streaming</i> merupakan produk yang andal					
22.	Saya merasa bahwa produk yang dijual melalui promosi <i>Shopeelive streaming</i> sangat memuaskan konsumen					
Kemudahan dipergunakan dan diperbaiki						
23.	Saya merasa produk yang dijual melalui promosi <i>Shopeelive streaming</i> mudah untuk digunakan					
24.	Saya merasa produk yang dijual melalui promosi <i>Shopeelive streaming</i> mudah untuk diperbaiki					

Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
<i>Benefit Association</i>						
25.	Saya memutuskan membeli karena merasa produk yang dijual melalui promosi <i>Shopeelive streaming</i> memiliki manfaat yang positif					
26.	Saya memutuskan membeli karena merasa produk yang					

	dijual melalui promosi <i>Shopeelive streaming</i> memberikan manfaat sesuai dengan yang ditawarkannya					
Prioritas Membeli						
27.	Saya mengutamakan membeli produk yang dijual melalui promosi <i>Shopeelive streaming</i> .					
28.	Saya lebih tertarik untuk membeli produk yang dijual melalui promosi <i>Shopeelive streaming</i> .					
Frekuensi Pembelian						
29.	Saya lebih sering membeli produk yang dijual melalui promosi <i>Shopeelive streaming</i> .					
30.	Saya akan lebih sering membeli produk yang dijual melalui promosi <i>Shopeelive streaming</i> di masa mendatang.					

Lampiran 5. Tabulasi Jawaban Responden

Responden	Live Streaming Video Promotion	Harga Produk	Kualitas Produk	Keputusan Pembelian
Resp_1	4 5 4 3 3 4 4 5	4 5 5 5 3 5 5 5	4 5 3 3 3 3 5 3	4 3 4 4 3 5
Resp_2	5 5 5 5 5 5 3 4	3 4 4 4 3 5 4 5	5 5 5 5 5 5 5 5	3 2 3 4 4 5
Resp_3	5 5 3 3 5 5 3 3	4 4 5 5 4 4 5 5	4 4 3 5 3 4 5 4	3 5 3 4 5 3
Resp_4	3 4 4 4 4 4 5 3	3 4 3 4 3 4 3 4	4 3 4 5 4 4 5 4	5 3 3 3 4 5
Resp_5	3 4 3 4 4 4 4 4	4 5 3 4 4 5 3 4	4 4 3 3 4 3 5 4	4 4 4 3 4 4
Resp_6	4 5 4 5 4 4 4 4	5 4 5 4 5 4 5 4	5 5 4 5 5 4 5 5	3 3 2 3 4 3
Resp_7	5 5 5 4 5 5 5 5	5 5 5 5 5 5 5 5	5 5 5 5 4 4 5 4	4 4 2 3 5 4
Resp_8	3 4 4 4 5 4 4 4	4 4 4 4 4 4 4 4	4 5 4 3 3 3 5 4	2 3 5 5 4 2
Resp_9	5 5 4 5 5 5 4 5	5 4 5 5 5 4 5 5	5 4 5 5 4 4 5 5	4 5 4 3 5 4
Resp_10	3 3 5 3 5 4 4 4	4 5 5 4 4 5 5 4	4 4 4 4 4 4 4 3	5 3 3 4 4 5
Resp_11	5 5 2 2 3 3 4 4	5 4 4 4 2 2 2 2	3 3 3 4 4 3 5 4	4 5 5 5 4 4
Resp_12	3 3 3 4 5 3 2 2	2 2 3 3 3 3 2 3	2 2 3 4 4 4 3 4	3 3 3 2 5 3
Resp_13	4 4 5 2 2 3 3 3	2 3 2 2 4 5 4 5	5 4 5 3 2 2 3 4	4 5 5 4 4 4
Resp_14	5 4 5 5 4 5 4 5	4 5 5 4 5 5 5 5	5 5 5 4 4 4 5 5	3 5 4 3 2 3
Resp_15	2 5 5 5 5 5 5 5	5 5 5 5 2 2 3 2	2 3 4 4 5 5 5 5	1 5 5 5 3 1
Resp_16	3 5 4 4 5 3 2 2	3 2 2 3 3 3 4 4	3 4 3 2 5 2 4 4	5 5 4 4 5 5

Resp_17	4 4 4 3 4 4 3 3	4 4 3 4 5 4 5 5	4 4 2 2 5 2 5 3	5 4 2 5 5 5
Resp_18	5 5 4 5 5 5 4	5 5 4 4 5 3 5 5	4 3 5 2 5 5 4 5	5 5 4 3 2 5
Resp_19	5 4 5 3 4 5 5 3	5 5 4 3 3 3 4 3	4 4 3 3 5 4 5 3	3 5 5 3 4 3
Resp_20	4 4 5 3 3 4 3 3	4 3 4 4 4 5 4 5	4 5 2 4 4 4 4 4	4 5 4 4 4 4
Resp_21	5 5 5 4 4 4 4 5	4 5 4 5 4 5 5 4	4 5 5 4 5 4 5 4	4 4 5 3 4 4
Resp_22	5 4 4 5 4 4 4 5	5 4 4 5 4 4 4 4	4 4 5 3 5 4 4 5	4 5 5 1 4 4
Resp_23	4 3 5 3 4 4 4 4	4 4 4 4 4 4 3 3	4 4 3 3 4 4 5 4	4 5 4 5 3 4
Resp_24	4 4 4 4 4 4 4 4	3 3 4 4 4 3 3 3	3 3 4 4 4 4 4 3	2 5 5 5 3 2
Resp_25	4 3 3 3 3 3 4 3	3 3 3 3 3 5 4 5	3 3 3 4 5 4 3 3	5 2 5 5 3 4
Resp_26	4 5 5 3 5 4 3 5	4 5 3 3 5 5 4 3	3 3 4 5 5 4 5 4	4 4 4 3 3 3
Resp_27	4 4 3 4 4 4 5 5	4 3 3 3 3 3 3 4	3 4 4 3 5 4 4 4	4 5 3 4 5 5
Resp_28	3 4 5 3 3 3 3 3	3 4 3 4 2 3 3 3	3 2 4 2 4 2 4 5	5 5 3 4 3 5
Resp_29	4 4 3 4 4 3 2 5	5 4 5 2 2 2 3 3	3 2 5 5 3 3 3 3	5 3 5 4 4 5
Resp_30	4 4 4 4 2 4 2 2	3 3 3 2 4 5 4 4	4 5 4 3 3 3 3 4	4 5 4 4 5 5
Resp_31	5 5 4 3 4 2 4 5	4 4 4 5 5 5 4 4	4 5 5 3 5 3 5 5	5 4 5 2 4 5
Resp_32	4 5 4 5 5 4 3 3	5 5 5 4 5 4 3 4	4 3 4 4 4 4 3 3	5 4 5 4 5 4
Resp_33	4 5 5 1 4 4 2 3	3 2 2 3 4 4 3 4	4 4 5 4 5 3 4 3	3 3 5 4 4 5
Resp_34	4 5 3 3 3 3 4 4	5 5 4 5 4 4 5 3	2 2 2 5 3 5 5 4	4 3 4 5 5 5
Resp_35	3 4 3 4 3 4 4 3	4 3 3 3 4 4 4 4	4 4 5 3 3 4 3 4	4 5 3 3 2 4
Resp_36	4 4 3 5 3 4 4 5	4 5 5 5 4 4 3 3	4 3 4 5 4 5 4 5	4 3 4 3 3 5
Resp_37	2 3 3 5 3 4 3 4	3 4 4 4 3 2 3 2	5 2 3 5 3 5 4 4	4 4 5 5 5 5

Resp_38	5 5 4 4 5 5 3 3	4 4 5 5 3 3 2 2	5 2 5 4 5 5 4 5	4 4 3 4 2 5
Resp_39	5 5 4 5 5 4 5 3	3 4 3 4 5 5 5 5	5 5 4 4 5 4 5 4	4 3 3 4 4 3
Resp_40	5 5 5 5 4 4 4 4	4 5 3 4 4 4 3 3	5 4 4 4 4 5 4 2	4 3 4 5 5 3
Resp_41	4 5 4 3 3 3 4 4	5 4 5 4 4 5 5 4	5 4 2 2 2 2 2 4	5 3 5 4 4 5
Resp_42	5 5 2 2 2 2 5 5	5 5 5 5 4 4 2 4	4 4 2 1 3 2 4 5	5 4 4 5 5 5
Resp_43	5 5 4 4 4 5 4 4	4 4 4 4 5 5 5 3	5 4 4 4 4 5 5 3	3 4 5 5 5 4
Resp_44	5 4 3 4 4 3 4 5	5 4 5 5 3 4 3 3	4 4 2 3 5 4 1 4	5 1 4 4 3 5
Resp_45	4 4 3 4 4 4 4 4	4 5 5 4 5 5 4 4	4 4 5 4 5 4 4 3	4 4 5 5 3 5
Resp_46	4 4 5 3 2 2 4 4	5 4 4 4 5 5 3 4	5 4 4 4 4 5 3 4	2 3 4 2 3 2
Resp_47	4 4 4 4 4 4 2 2	2 2 3 3 5 5 4 5	5 4 4 4 4 4 4 3	4 4 4 3 3 2
Resp_48	4 4 3 3 4 3 3 3	2 3 2 2 4 4 3 3	4 4 4 3 4 3 3 3	3 3 5 3 4 4
Resp_49	3 2 3 2 5 2 4 5	4 5 5 4 5 3 5 5	5 5 3 4 3 3 3 2	5 2 3 5 4 5
Resp_50	3 3 2 2 5 2 5 5	5 5 5 5 4 4 3 3	5 5 2 2 4 4 2 5	5 2 4 5 4 3
Resp_51	5 5 5 5 5 5 2 2	3 2 2 3 5 5 5 5	3 5 4 4 5 3 5 4	5 5 2 3 4 4
Resp_52	4 4 3 3 5 4 3 3	4 4 3 4 4 5 3 2	4 5 5 3 5 5 4 4	5 3 4 4 2 5
Resp_53	4 5 5 4 5 4 5 4	5 5 4 4 4 4 5 5	4 5 4 5 4 5 5 5	5 4 4 4 4 5
Resp_54	4 4 2 4 4 4 5 3	5 5 4 3 3 4 5 5	4 4 4 3 3 3 5 3	4 4 3 5 4 4
Resp_55	5 5 5 3 5 4 3 3	4 3 4 4 2 3 5 4	4 5 4 3 4 3 4 3	5 3 4 5 5 4
Resp_56	3 4 3 3 4 4 4 5	4 5 4 5 5 5 5 5	4 4 4 5 5 4 4 4	5 3 4 3 5 5
Resp_57	5 5 4 4 4 4 4 5	5 4 4 5 4 4 4 3	4 4 4 4 3 3 4 4	4 4 4 5 5 4
Resp_58	5 5 3 4 5 4 4 4	4 4 4 4 3 3 5 5	4 4 4 3 3 3 3 3	5 4 5 4 5 3

Resp_59	5 5 4 5 5 4 4 4	3 3 4 4 5 4 5 5	5 5 3 5 4 5 3 5	5 5 4 4 5 2
Resp_60	4 5 4 3 5 4 4 3	3 3 3 3 4 4 5 5	5 5 5 5 4 3 3 4	4 5 5 4 4 5
Resp_61	3 3 4 2 4 2 3 5	4 5 3 3 3 3 4 4	3 3 3 3 3 4 3 3	4 5 3 4 5 4
Resp_62	5 5 5 5 3 3 5 5	4 3 3 3 4 3 5 5	5 5 2 5 5 4 5 5	3 2 1 3 4 3
Resp_63	4 4 2 3 5 4 3 3	3 4 3 4 2 4 5 4	5 5 5 4 4 1 1 3	5 2 4 4 4 5
Resp_64	5 5 2 1 3 2 2 5	5 4 5 2 4 2 5 5	4 5 4 5 1 4 4 4	4 4 4 5 2 4
Resp_65	4 4 4 4 4 4 2 2	3 3 3 2 5 4 3 4	3 3 3 3 5 5 5 5	5 5 4 4 3 4
Resp_66	5 3 5 4 5 3 4 5	4 4 4 5 4 4 5 5	5 5 4 4 5 5 5 5	5 3 5 5 1 2
Resp_67	4 4 2 5 3 5 3 3	5 5 5 4 3 3 5 5	4 5 4 3 3 4 4 4	5 4 4 4 3 2
Resp_68	5 5 4 4 4 4 2 3	3 2 2 3 4 4 4 5	5 4 4 5 4 4 4 4	4 5 5 4 3 4
Resp_69	4 4 4 5 4 5 4 4	5 5 4 5 3 4 5 4	5 5 3 3 5 5 3 5	4 5 5 5 4 2
Resp_70	5 5 3 5 3 5 4 3	4 3 3 3 1 4 5 4	3 4 4 4 4 4 4 3	5 4 5 2 5 5
Resp_71	5 5 5 5 5 5 4 4	5 5 5 5 5 5 5 5	5 5 5 5 5 5 5 5	4 4 5 4 4 4
Resp_72	5 4 4 4 5 4 5 4	5 4 4 4 5 4 4 4	4 5 4 5 4 4 3 4	4 5 5 5 4 4
Resp_73	5 4 5 5 4 4 5 5	5 5 5 5 5 5 5 5	5 5 5 4 5 5 5 4	4 4 4 5 5 4
Resp_74	5 3 5 3 5 3 4 5	4 5 5 5 3 3 5 4	4 4 4 4 5 4 5 5	1 5 4 4 5 3
Resp_75	5 4 5 4 5 5 3 4	3 4 4 4 4 4 5 5	5 5 4 5 5 5 5 5	2 1 5 4 4 4
Resp_76	4 4 4 4 4 5 3 3	4 4 5 5 4 4 4 4	3 3 5 3 5 4 5 5	4 4 3 4 4 4
Resp_77	4 4 4 3 3 3 5 3	3 4 3 4 4 3 5 5	5 5 2 2 3 3 5 3	2 5 5 5 4 5
Resp_78	5 5 5 4 5 4 4 4	4 5 3 4 4 4 3 2	3 3 3 4 5 3 3 5	5 5 3 4 4 4
Resp_79	3 3 4 4 4 5 4 4	5 4 5 4 2 2 3 3	3 4 3 4 4 4 5 5	5 4 4 5 4 3

Resp_80	4 4 4 5 5 5 5 5	5 5 5 5 4 4 5 5	5 4 5 5 4 5 4 4	4 4 3 4 5 4
Resp_81	4 4 4 3 4 3 4 4	4 4 4 4 3 2 4 2	4 3 5 3 4 4 3 5	3 5 2 3 5 4
Resp_82	5 5 1 2 3 3 4 5	5 4 5 5 5 2 4 4	5 5 3 3 3 3 3 4	5 4 5 3 5 4
Resp_83	5 5 2 4 4 4 4 4	4 5 5 4 5 2 5 5	4 4 4 3 4 4 3 5	3 5 3 3 5 4
Resp_84	5 5 3 4 3 3 4 4	5 4 4 4 5 5 4 4	3 5 4 5 5 5 5 5	3 5 4 5 5 2
Resp_85	4 5 5 3 5 5 2 2	2 2 3 3 5 4 5 5	5 4 5 3 4 5 3 5	4 5 5 5 4 4
Resp_86	4 5 4 5 4 5 3 3	2 3 2 2 5 5 5 5	5 5 5 5 5 5 5 4	5 4 5 3 2 5
Resp_87	1 4 2 3 3 3 4 5	4 5 5 4 4 4 4 4	4 4 3 4 3 4 5 5	3 4 5 4 1 5
Resp_88	4 5 4 3 4 3 5 5	5 5 5 5 5 4 4 5	4 4 5 2 3 3 5 3	4 3 3 5 5 5
Resp_89	4 4 4 5 5 4 2 2	3 2 2 3 5 4 5 5	4 4 4 5 5 5 5 5	3 4 3 5 5 5
Resp_90	4 4 4 4 3 3 3 3	4 4 3 4 4 4 4 4	4 4 4 4 4 4 4 3	3 3 5 4 4 3
Resp_91	4 4 4 3 3 3 5 4	5 5 4 4 5 4 3 3	4 3 3 3 3 3 5 3	4 5 5 4 5 5
Resp_92	5 5 3 5 4 5 5 3	5 5 4 3 5 4 5 3	4 5 5 3 5 4 5 4	3 5 4 4 4 5
Resp_93	5 5 5 5 5 5 3 3	4 3 4 4 4 5 5 5	5 5 5 5 5 5 5 5	4 4 5 4 4 4
Resp_94	3 3 3 4 4 3 4 5	4 5 4 5 4 3 4 4	4 3 4 5 3 4 4 3	4 5 5 4 5 5
Resp_95	5 5 5 5 5 5 4 5	5 4 4 5 5 5 5 5	4 5 4 5 4 5 5 4	3 5 2 3 5 5
Resp_96	3 3 3 4 4 3 4 4	4 4 4 4 4 3 5 5	3 4 3 3 3 4 4 3	5 5 2 4 5 5
Resp_97	5 4 5 5 5 5 4 4	3 3 4 4 4 3 3 3	5 4 4 3 5 5 5 5	1 4 4 4 4 4
Resp_98	5 3 5 4 4 5 4 3	3 3 3 3 5 4 5 5	3 3 3 4 4 4 4 4	3 5 5 3 3 5
Resp_99	4 3 4 3 3 4 3 5	4 5 3 3 3 4 3 3	5 3 4 5 5 4 4 5	5 5 3 3 5 5
Resp_100	4 2 5 3 3 5 5 5	4 3 3 3 4 3 5 5	3 2 3 3 3 4 4 3	4 5 4 3 3 5

Resp_101	4 3 5 4 4 5 3 3	3 4 3 4 4 3 3 3	4 3 4 3 4 4 4 4	4 4 5 4 4 4
Resp_102	3 1 2 4 4 2 2 5	5 4 5 2 5 3 3 3	5 1 3 3 5 4 4 5	4 5 5 5 5 5
Resp_103	5 4 4 4 4 4 2 2	3 3 3 2 4 5 5 5	5 4 5 5 5 5 5 5	5 3 4 5 3 3
Resp_104	5 4 4 5 5 4 4 5	4 4 4 5 4 5 4 4	5 5 5 4 4 5 5 4	4 3 3 5 4 3
Resp_105	4 5 4 3 3 4 3 3	5 5 5 4 4 3 5 5	3 5 3 4 3 4 4 3	4 5 4 4 4 5

Lampiran 6. Rekapitulasi Jawaban Responden

Responden	X1	X2	X3	Y
RES_1	32	37	29	23
RES_2	37	32	40	21
RES_3	32	36	32	23
RES_4	31	28	33	23
RES_5	30	32	30	23
RES_6	34	36	38	18
RES_7	39	40	37	22
RES_8	32	32	31	21
RES_9	38	38	37	25
RES_10	31	36	31	24
RES_11	28	25	29	27
RES_12	25	21	26	19
RES_13	26	27	28	26
RES_14	37	38	37	20
RES_15	37	29	33	20
RES_16	28	24	27	28
RES_17	29	34	27	26
RES_18	38	36	33	24
RES_19	34	30	31	23
RES_20	29	33	31	25
RES_21	36	36	36	24
RES_22	35	34	34	23
RES_23	31	30	31	25
RES_24	32	27	29	22
RES_25	26	29	28	24
RES_26	34	32	33	21
RES_27	33	26	31	26
RES_28	27	25	26	25
RES_29	29	26	27	26
RES_30	26	28	29	27
RES_31	32	35	35	25

RES_32	33	35	29	27
RES_33	28	25	32	24
RES_34	29	35	28	26
RES_35	28	29	30	21
RES_36	32	33	34	22
RES_37	27	25	31	28
RES_38	34	28	35	22
RES_39	36	34	36	21
RES_40	36	30	32	24
RES_41	30	36	23	26
RES_42	28	34	25	28
RES_43	35	34	34	26
RES_44	32	32	27	22
RES_45	31	36	33	26
RES_46	28	34	33	16
RES_47	28	29	32	20
RES_48	27	23	28	22
RES_49	26	36	28	24
RES_50	27	34	29	23
RES_51	34	30	33	23
RES_52	29	29	35	23
RES_53	36	36	37	26
RES_54	30	34	29	24
RES_55	33	29	30	26
RES_56	30	38	34	25
RES_57	35	33	30	26
RES_58	34	32	27	26
RES_59	36	33	35	25
RES_60	32	30	34	27
RES_61	26	29	25	25
RES_62	36	30	36	16
RES_63	28	29	28	24
RES_64	25	32	31	23
RES_65	28	27	32	25

RES_66	34	35	38	21
RES_67	29	35	31	22
RES_68	31	27	34	25
RES_69	34	35	34	25
RES_70	33	27	30	26
RES_71	38	40	40	25
RES_72	35	34	33	27
RES_73	37	40	38	26
RES_74	33	34	35	22
RES_75	35	33	39	20
RES_76	31	34	33	23
RES_77	29	31	28	26
RES_78	36	29	29	25
RES_79	31	28	32	25
RES_80	37	38	36	24
RES_81	30	27	31	22
RES_82	28	34	29	26
RES_83	32	35	31	23
RES_84	31	35	37	24
RES_85	31	29	34	27
RES_86	33	29	39	24
RES_87	25	34	32	22
RES_88	33	38	29	25
RES_89	30	29	37	25
RES_90	28	31	31	22
RES_91	30	33	27	28
RES_92	35	34	35	25
RES_93	36	34	40	25
RES_94	29	33	30	28
RES_95	39	38	36	23
RES_96	28	33	27	26
RES_97	37	27	36	21
RES_98	33	31	29	24
RES_99	29	28	35	26

RES_100	32	30	25	24
RES_101	31	27	30	25
RES_102	23	30	30	29
RES_103	29	30	39	23
RES_104	36	34	37	22
RES_105	29	36	29	26

Lampiran 7. Output Pengolahan Data SPSS

Hasil Uji Validitas

- Variabel *Live Streaming Video Promomtion*

		Correlations								
		X1.1.1	X1.1.2	X1.2.1	X1.2.2	X1.3.1	X1.3.2	X1.4.1	X1.4.2	TOTAL_X1
X1.1.1	Pearson Correlation	1	.466**	.228*	.191	.147	.263**	.088	.022	.569**
	Sig. (2-tailed)		.000	.020	.051	.135	.007	.373	.824	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.1.2	Pearson Correlation	.466**	1	.104	.152	.091	.255**	.050	-.115	.464**
	Sig. (2-tailed)	.000		.293	.123	.358	.009	.614	.242	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.2.1	Pearson Correlation	.228*	.104	1	.222*	.260**	.388**	.000	-.088	.532**
	Sig. (2-tailed)	.020	.293		.023	.007	.000	.997	.369	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.2.2	Pearson Correlation	.191	.152	.222*	1	.314**	.568**	.109	-.062	.624**
	Sig. (2-tailed)	.051	.123	.023		.001	.000	.270	.530	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.3.1	Pearson Correlation	.147	.091	.260**	.314**	1	.363**	-.014	-.025	.516**
	Sig. (2-tailed)	.135	.358	.007	.001		.000	.886	.802	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.3.2	Pearson Correlation	.263**	.255**	.388**	.568**	.363**	1	.027	-.251**	.638**
	Sig. (2-tailed)	.007	.009	.000	.000	.000		.784	.010	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.4.1	Pearson Correlation	.088	.050	.000	.109	-.014	.027	1	.513**	.452**
	Sig. (2-tailed)	.373	.614	.997	.270	.886	.784		.000	.000

	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X1.4.2	Pearson Correlation	.022	-.115	-.088	-.062	-.025	-.251**	.513**	1	.267**
	Sig. (2-tailed)	.824	.242	.369	.530	.802	.010	.000		.006
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.569**	.464**	.532**	.624**	.516**	.638**	.452**	.267**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- **Variabel Harga Produk**

		Correlations								TOTAL_X 2
		X2.1.1	X2.1.2	X2.2.1	X2.2.2	X2.3.1	X2.3.2	X2.4.1	X2.4.2	
X2.1.1	Pearson Correlation	1	.656**	.693**	.468**	.023	-.141	.047	-.126	.590**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.814	.150	.634	.199	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.1.2	Pearson Correlation	.656**	1	.633**	.531**	.034	-.021	.044	-.155	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.733	.828	.658	.114	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.2.1	Pearson Correlation	.693**	.633**	1	.586**	.041	-.171	.064	-.045	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.675	.080	.517	.649	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.2.2	Pearson Correlation	.468**	.531**	.586**	1	.043	.067	.053	-.059	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.662	.500	.589	.552	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105

X2.3.1	Pearson Correlation	.023	.034	.041	.043	1	.436**	.273**	.363**	.509**
	Sig. (2-tailed)	.814	.733	.675	.662		.000	.005	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.3.2	Pearson Correlation	-.141	-.021	-.171	.067	.436**	1	.244*	.330**	.400**
	Sig. (2-tailed)	.150	.828	.080	.500	.000		.012	.001	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.4.1	Pearson Correlation	.047	.044	.064	.053	.273**	.244*	1	.721**	.562**
	Sig. (2-tailed)	.634	.658	.517	.589	.005	.012		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X2.4.2	Pearson Correlation	-.126	-.155	-.045	-.059	.363**	.330**	.721**	1	.470**
	Sig. (2-tailed)	.199	.114	.649	.552	.000	.001	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
TOTAL _X2	Pearson Correlation	.590**	.616**	.635**	.608**	.509**	.400**	.562**	.470**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- **Variabel Kualitas Produk**

		Correlations								TOTAL _X3
		X3.1.1	X3.1.2	X3.2.1	X3.2.2	X3.3.1	X3.3.2	X3.4.1	X3.4.2	
X3.1.1	Pearson Correlation	1	.436**	.239*	.138	.041	.143	-.045	.137	.467**
	Sig. (2-tailed)		.000	.014	.161	.675	.144	.645	.164	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.1.2	Pearson Correlation	.436**	1	.146	.077	.044	.002	.116	.023	.433**

	Sig. (2-tailed)	.000		.138	.436	.655	.988	.239	.813	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.2.1	Pearson Correlation	.239*	.146	1	.268**	.240*	.212*	.134	.122	.552**
	Sig. (2-tailed)	.014	.138		.006	.014	.030	.173	.214	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.2.2	Pearson Correlation	.138	.077	.268**	1	.156	.481**	.222*	.120	.588**
	Sig. (2-tailed)	.161	.436	.006		.113	.000	.023	.223	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.3.1	Pearson Correlation	.041	.044	.240*	.156	1	.364**	.254**	.392**	.571**
	Sig. (2-tailed)	.675	.655	.014	.113		.000	.009	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.3.2	Pearson Correlation	.143	.002	.212*	.481**	.364**	1	.300**	.345**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.144	.988	.030	.000	.000		.002	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.4.1	Pearson Correlation	-.045	.116	.134	.222*	.254**	.300**	1	.191	.516**
	Sig. (2-tailed)	.645	.239	.173	.023	.009	.002		.051	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
X3.4.2	Pearson Correlation	.137	.023	.122	.120	.392**	.345**	.191	1	.521**
	Sig. (2-tailed)	.164	.813	.214	.223	.000	.000	.051		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105
TOTAL	Pearson Correlation	.467**	.433**	.552**	.588**	.571**	.660**	.516**	.521**	1
_X3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- Variabel Keputusan Pembelian

		Correlations						
		Y.1.1	Y.1.2	Y.2.1	Y.2.2	Y.3.1	Y.3.2	TOTAL_Y
Y.1.1	Pearson Correlation	1	-.106	-.061	.009	-.011	.336**	.465**
	Sig. (2-tailed)		.282	.539	.924	.913	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
Y.1.2	Pearson Correlation	-.106	1	.059	-.085	.107	-.010	.400**
	Sig. (2-tailed)	.282		.551	.388	.279	.919	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
Y.2.1	Pearson Correlation	-.061	.059	1	.146	-.193*	-.060	.343**
	Sig. (2-tailed)	.539	.551		.136	.049	.540	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
Y.2.2	Pearson Correlation	.009	-.085	.146	1	.054	-.084	.373**
	Sig. (2-tailed)	.924	.388	.136		.581	.392	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
Y.3.1	Pearson Correlation	-.011	.107	-.193*	.054	1	.109	.426**
	Sig. (2-tailed)	.913	.279	.049	.581		.268	.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
Y.3.2	Pearson Correlation	.336**	-.010	-.060	-.084	.109	1	.524**
	Sig. (2-tailed)	.000	.919	.540	.392	.268		.000
	N	105	105	105	105	105	105	105
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.465**	.400**	.343**	.373**	.426**	.524**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Realibilitas

- **Variabel *Live Streaming Video Promomtion***

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.706	9

- **Variabel Harga Produk**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.727	9

- **Variabel Kualitas Produk**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.722	9

- **Variabel Keputusan Pembelian**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.603	7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.31508655
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.041
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

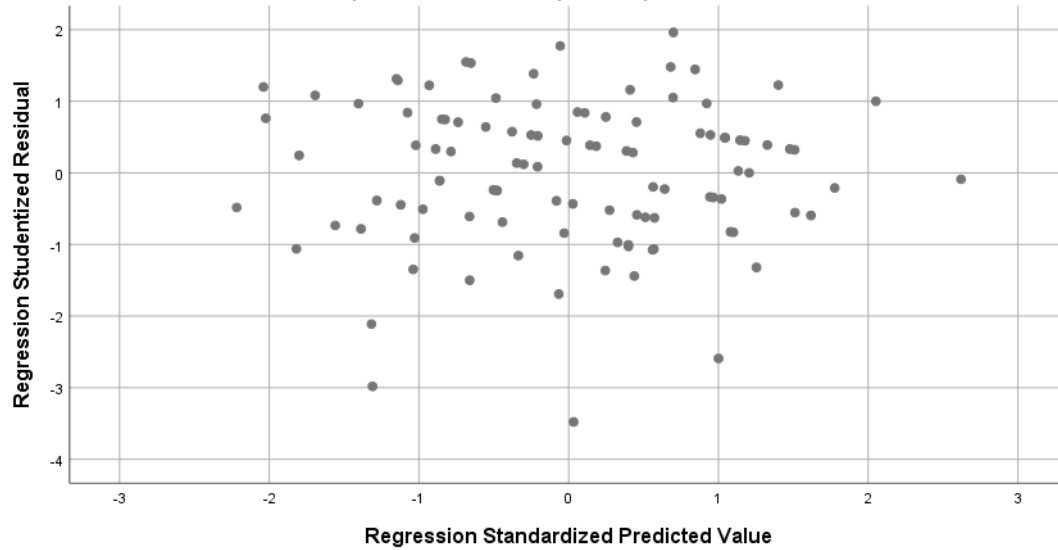
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.941	2.378		12.592	.000		
	Live streaming video promotion	.323	.084	.482	3.864	.003	.560	1.785
	Harga produk	.595	.064	.744	4.827	.004	.791	1.264
	Kualitas produk	.214	.075	.580	4.339	.006	.622	1.608

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Hasil Uji Heterokedastisitas

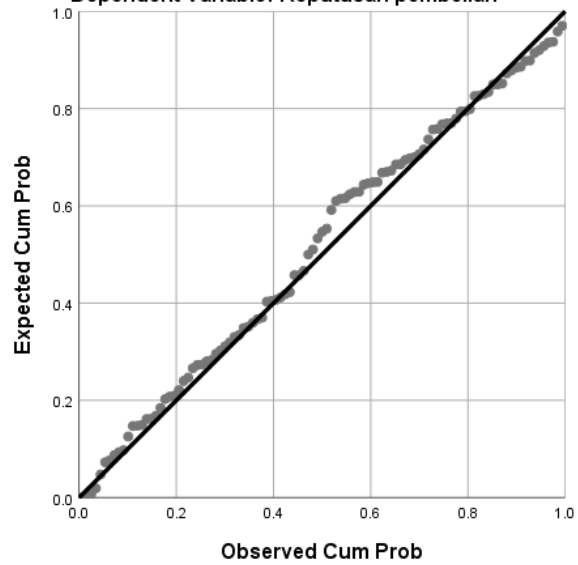
Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan pembelian



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan pembelian



Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.870 ^a	.793	.785	2.34922	1.787	
a. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Harga produk, Live streaming video promotion						
b. Dependent Variable: Keputusan pembelian						

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients			Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	9.941	2.378		.000
	Live streaming video promotion	.323	.084		.003
	Harga produk	.595	.064		.004
	Kualitas produk	.214	.075		.006

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.870 ^a	.783	.785	2.34922

a. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Harga produk, Live streaming video promotion

Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.941	2.378		12.592	.000

Live streaming video promotion	.323	.084	.482	3.864	.003
Harga produk	.595	.064	.744	4.827	.004
Kualitas produk	.214	.075	.580	4.339	.006

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	474.561	3	240.854	44.503	.005 ^b
	Residual	157.401	101	5.519		
	Total	631.962	104			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas produk, Harga produk, Live streaming video promotion

Lampiran 8. R tabel

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