

DAFTAR PUSTAKA

- V A, Melanie, Karinda, Lisbeth Mananeke, and Ferdy Roring. "Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Indihome Pt.Telkom Area Tomohon." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 6, no. 3 (2018): 1568–1577.
- Adjunct, Marniati, Soekidjo Notoatmodjo, Sutomo Kasiman, and R. Kintoko Rochadi. *Lifestyle of Determinant Penderita Jantung Koroner*. Edited by Shara Nurachma. 1st ed. Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2021.
- Amirullah. *Metode Penelitian Manajemen*. Malang: Bayumedia, 2015.
- Anas, Khairul, and Muhajirin. "Pengaruh Gaya Hidup (Life Style) Dan Harga Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kantin Yuank Kota Bima." *Journal of Business and Economics Research (JBE)* 1, no. 2 (2020): 131–138.
- Andora, Marisa, and Abdul Yusuf. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan Pada Platform Shopee." *Jurnal MANAJERIAL* 20, no. 2 (2021): 210.
- Andri Yusuf, Muhammad, Endri Sentosa, and Marnis. "Pengaruh Gaya Hidup, Cita Rasa, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Kopi Pulu Basuki Rachmat Jakarta Timur." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 5, no. 1 (2022): 13.
- Anggraini, Dewi. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Second Brendid (Studi Pada Mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Jambi)." *Skripsi*, 2020.
- Anggraini, Ranti Tri, and Fauzan Heru Santoso. "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja." *Gadjah Mada Journal of Psychology* 3, no. 3 (2017): 131–140.
- Arifin, Ali. *Viral Marketing Konsep Baru Berinvestasi Dan Berwirausaha*. Yogyakarta: C.V Andi OFFSET, 2003.

- Astasari, Made Oktavira, and Tri Sudarwanto. "Pengaruh Viral Marketing Marketing Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Manajemen* 13, no. 2 (2021): 201.
- Bawana, Tate Agape, Arum Indiharwati, Suharyono, Yudhi Novriansyah, Desy Arum Sunarta, Andi Bisyririani, Rasyidah Bulqis, et al. *Pemasaran Syariah (Teori Dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam)*. Edited by Safarinda Imani. Bandung-Jawa Barat: CV. Media Sains Indonesia, 2023.
- Darma, Budi. *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: Guepedia, 2021.
- Effendy, Marwan, Tarida Marlin, and Mumuh Mulyana. "PENGARUH STRUKTUR MODAL TERHADAP RESIKO KEUANGAN PERUSAHAAN." *Ilmiah Kesatuan* 11, no. 1 (2009). <http://www.idx.co.id>.
- Fadiya Haya, Alika, Anggun Fadila, and Hero Desyantama. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Richeese Factory Bandar Lampung." *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)* 3, no. 1 (2021): 15.
- Ferdinad, August. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Fitriah, Maria. *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Cetakan Pe. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Glennardo, Yoshua. "Viral Marketing Sebagai Media Pemasaran Sosial Dalam Mendongkrak Kesadaran Masyarakat Untuk Berperan Aktif Dan Bergabung Dengan Organisasi Non Profit/Niarlaba." *Journal of Management Studies* 10, no. 2 (2016): 196.
- Gunawan, Didik. *Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.
- Haque, Marissa Grace, Ahmad Syarief Iskandar, Heri Eralngga, Ir.H Nurjaya, and Denok Sunarsi. *Strategi Pemasaran Konsep Teori Dan Impelementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021.

- Irania, Putri. “Pengaruh Viral Marketing Dan Food Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Ngikan Yuk Bandar Lampung).” Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021. <http://repository.radenintan.ac.id/15979/>.
- Kusumastuti, Adhi, Ahmad Mustamil Khoiron, and Taofan Ali Achmadi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.
- Lestarina, Eni, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny Ranny, and Desi Herlina. “Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja.” *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)* 2, no. 2 (2017): 1–6.
- Lohonusa, Anjani Inttan, and Yunita Mandagie. “Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu ‘Converse’ Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado.” *Jurnal EMBA* 9, no. 4 (2021): 511–520.
- Maliha, Dabitha Wise, Meci Nilam Sari, Azmen Kahar, Rika Septrizarty, and Sharnuke Asrilsyak. “Kajian Literatur: Fenomena Viral Brand Dan Dampak Pada Pembelian Mixue” 06, no. 01 (2023): 7335.
- Misbahuddin, and Iqbal Hasan. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Edited by Suryani. 2nd ed. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.
- Mulyadi, Mohammad. “Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya.” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 15, no. 1 (2013): 128.
- Nasution, Atika Aini, Hayanuddin Safri, Chairul Bariah, and Zuriani Ritonga. *Manajemen Pemasaran Syariah Dan Konvensional*. Edited by Irma Yunita. Cetakan Pe. Medan: PT Inovasi Pratama Internasional, 2023.
- Nggilu, Monica, Altje L Tumbel, and Woran Djemmy. “Viral Marketing, Celebrity Endorsement Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Medan.” *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMA)* 2, no. 1 (2022): 1–9.

- Nugroho, Eko. *Prinsip-Prinsip Menyusun Kuesioner*. 1st ed. Malang: UB Press, 2018.
- Nurdiana, Siska Agustin, and Albari Albari. "Investigasi Antecedents Minat Beli Produk Online 'Shopee' Di Daerah Yogyakarta." *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 3, no. 4 (2022): 588.
- Pangestu, Suci Dwi, and Sri Suryoko. "Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pelanggan Peacockoffie Semarang)." *Jurnal Administrasi Bisni* 5, no. 1 (2016): 65.
- Pratama, Rizky Anugerah, Kokom Komariah, and Dicky Jhoansyah. "The Role of Viral Marketing and Consumer Trust in Purchase Decisions." *Journal Of Economic, Business and Accounting* 5, no. 2 (2022): 1364.
- Priadana, M. Sidik, and Denok Sunarsi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pscal Books, 2021.
- Priyastama, Romie. *Buku Sakti Kuasai SPSS*. Yogyakarta: Start Up, 2017.
- Priyatno, Dwi. *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linier Dengan SPSS & Analisis Regresi Data Panel Dengan Eviews*. Edited by Th. Arie Prabawati. 1st ed. Yogyakarta: Cahaya Harapan, 2022.
- Purboyo, Sri Hastutik, Gusti Putu Eka Kusuma, Acai Sudirman, Suwandi S Sangadji, Aditya Wardhana, Riana Dewei Kartika, et al. *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual Dan Praktis)*. Edited by Dr Hartini. Bandung-Jawa Barat: CV Media Sains Indonesia, 2021.
- Purwoto, Agus. *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*. Jakarta: Grasindo, 2007.
- Sarpiana, Edi Maszudi, Rahmad Solling Hamid, Putri Dewintari, and Kia Putri Wardani. "Pengaruh Viral Marketing, Media Pemasaran Online, Kepercayaan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Tiktoshop." *Jesya* 6, no. 2 (2023): 1360.

- Shanaz, Nanda Bella Fidanty, and Wahyono. "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online." *Management Analysis Journal* (2016).
- Sihabudin, Danny Wibowo, Sri Mulyono, Jaya Wijaya Kusuma, Irvana Arofah, Besse Arnawisuda Ningsi, Edy Saputra, Ratni Purwasih, and Syaharuddin. *Ekonometrika Dasar Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*. Edited by Vera Mandailina, Malik Ibrahim, and Habib Ratu Perwira Negara. Purwokerto Selatan: CV. Pena Persada, 2021.
- Siregar, Ir.Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. 1st ed. Jakarta: Kencana (Divisi dari Prenamedia Group), 2014.
- Situmorang, Syafrizal Helmi, and Muslich Lutfi. *Analisis Data*. Medan: USU Press, 2014.
- Siyoto, Sandu, and Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Cetakan 1. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sukma, Maulidysneni Nurvita, and Clarashinta Canggih. "Pengaruh Electronic Money, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumsi Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021): 209.
- Sumarwan, Ujang, Ahmad Jauzi, Asep Mulyana, Bagio Nugroho Karno, Ponti Kurniawan Mawardi, and Wahyu Nugroho. *Riset Pemasaran Dan Konsumen (Panduan Riset Dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelia, Gaya Hidup, Loyalitas, Dan Persepsi Risiko)*. Edited by Hans Baihaqi, Yuki Hana, Elviana, and Putri Komalasari. Cetakan 1. Bogor: PT Penerbit IPB Press Kampus IPB Taman Kencana Bogor, 2011.
- Suryani, and Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif: Teori Dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. 1st ed. Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2015.
- Umar, Husein. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2003.

- Wahayu, Tjan Selly Beauty, Allya Agfara, Lutfi Alhazami, and Azhar Hadi. "Analisis Strategi Viral Marketing Terhadap Minat Pengunjung Selama New Normal Di Mal Tentrem Semarang." *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis dan Manajemen* 3, no. 3 (2022): 15–27.
- Wiludjeng SP, Sri, and Tresna Siti Nurlala. "Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT ' X .'" *Jurnal Publikas Ilmiah, Ums.Ac.Id* (2013): 978–979.
- Zahroh, Asfarotuz, and Renny Dwijayanti. "Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Janji Jiwa Si Royal Plaza Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 8, no. 2 (2020): 872.
- "Badan Pusat Statistik (BPS)." <http://www.bps.go.id>.
- "Data Indonesia." <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/industri-makanan-dan-minuman-tumbuh-533-pada-kuartal-i2023>.
- "Data Indonesia." <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>.
- "Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam 'Visi, Misi, Dan Tujuan' Diakses Oktober 3, 2023." <https://febi.uinbanten.ac.id/ekonomi-syariah/visi-dan-misi-2/>.
- "Indonesia Baik." <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet>.
- "Kompas." Last modified 2022. <https://www.kompas.com>.
- "Surat Al-A'raf Ayat 31." <https://tafsirq.com/7-al-araf/ayat-31#tafsir-quraish-shihab>.

LAMPIRAN – LAMPIRAN

Lampiran 1: SK Pembimbing Skripsi



**KEPUTUSAN REKTOR
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
NOMOR 28 TAHUN 2023**

**TENTANG
PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN
TAHUN ANGGARAN 2023**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA
REKTOR UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN**

- Menimbang** :
- a. Bahwa untuk menyelesaikan ujian Sarjana bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten dipandang perlu untuk menunjuk Pembimbing Utama dan Pembimbing Pembantu;
 - b. Bahwa mahasiswa tersebut perlu memperoleh bimbingan yang sebaik-baiknya dalam menyelesaikan Skripsi, sehingga dapat menyelesaikan studi kesajaranaannya;
 - c. Bahwa Saudara **Dr. Budi Sudrajat, M.A** dan **Saudari Elsa, S.E., M.Ak.** masing-masing Dosen UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten telah memenuhi syarat untuk diangkat sebagai Pembimbing Utama dan Pembimbing Pembantu.
- Mengingat** :
1. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 2. Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 3. Keputusan Presiden RI Nomor 39 Tahun 2017 tentang Perubahan IAIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten menjadi UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
 4. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 23 tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
 5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 383 tahun 1997 tentang Kurikulum Nasional Program Sarjana S1;
 6. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 32 tanggal 26 September 2017 tentang Statuta Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
 7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 026483/B.II/7/2021 tanggal 26 Juli 2021 tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
 8. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 872/Un.17/BA.III.2/KP.07.6/08/2021 Tanggal 27 Agustus 2021 tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten;
 9. Surat Keputusan Rektor UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten Nomor 224 Tahun 2022 tanggal 26 Januari 2022 tentang Kalender Akademik tahun Akademik 2022-2023.
- Memperhatikan** :
- Surat Ketua Jurusan Ekonomi Syariah tentang Pengesahan Sidang Diskusi Proposal Penelitian Skripsi tanggal 17 Maret 2023
 a.n. : Alifitya Azmi Fitri Arrahmi
 NIM : 191410154

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : **KEPUTUSAN REKTOR UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN TENTANG PENGANGKATAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN TAHUN ANGGARAN 2023**
- Kesatu : Mengangkat Saudara **Dr. Budi Sudrajat, MA** sebagai Pembimbing Utama Saudari **Elsa, S.E., M.Ak.** sebagai Pembimbing Pembantu bagi mahasiswa tersebut di atas dengan judul skripsi **PENGARUH VIRAL MARKETING DAN LIFESTYLE MAHASISWA MUSLIM KOTA SERANG TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM & TEA (STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN JURUSAN EKONOMI SYARIAH 2022)**.
- Kedua : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan tersebut untuk dipergunakan sebagaimana mestinya
- Ketiga : Keputusan ini berlaku dimulai sejak tanggal ditetapkan.

Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab



Ditetapkan : Serang
 Pada Tanggal : 11 April 2023
 a.n Rektor
 Dekan,



Tembusan:

1. Para Wakil Dekan 1,2,3,
2. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,
3. Bendahara UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten,
4. Mahasiswa yang bersangkutan, dan
5. Arsip

Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh *Viral Marketing* dan *Lifestyle* Mahasiswa Muslim Kota Serang Terhadap Minat Pembelian Produk Mixue Ice Cream & Tea (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah 2022)

Assalamualaikum Wr. Wb

Kepada yang terhormat saudara/i responden

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir, saya Alifiya Azmi Fitri Arrahmi Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, sedang membuat penelitian yang berjudul “**Pengaruh *Viral Marketing* dan *Lifestyle* Mahasiswa Muslim Kota Serang Terhadap Minat Pembelian Produk Mixue Ice Cream & Tea (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten Jurusan Ekonomi Syariah 2022)**”. Dengan ini saya memohon kesediaannya untuk dapat meluangkan waktu sejenak mengisi beberapa pernyataan pada kuesioner di bawah ini. Hasil dari jawaban Anda akan sangat membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Demikian atas perhatian dan kerja samanya. Saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb

A. Petunjuk Pengisian Responden

1. Isi terlebih dahulu identitas pribadi Anda pada lembar yang telah disediakan.

2. Bacalah dengan baik dan seksama seluruh pernyataan angket sebelum Anda mengisi jawaban, kemudian berilah tanda ceklis (√) pada salah satu pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapat Anda dengan sejujur-jujurnya.
3. Untuk bagian kolom, ada lima alternative jawaban yang Anda pilih yaitu: SS= Sangat Setuju, S= Setuju, N= Netral, TS= Tidak Setuju, ST= Sangat Tidak Setuju

B. Keterangan Pengisian:

Sangat Setuju: 5

Setuju: 4

Netral : 3

Tidak Setuju: 2

Sangat Tidak Setuju: 1

C. Identitas Responden

1. Nama :
2. NIM :
3. Kelas :
4. Jenis Kelamin : a. Laki – laki
b. Perempuan

D. Daftar Pernyataan

Variabel *Viral Marketing* (X₁)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Promosi						
1.	Saya mengetahui produk Mixue dari media sosial.					
2.	Saya tertarik membeli produk Mixue setelah melihat promosinya di media sosial					
Kekuatan Berita						
3.	Saya mengetahui produk Mixue dari orang lain secara langsung.					
4.	Saya mendapat kejelasan produk mixue dari internet melalui media sosial.					
Media Sosial						
5.	Saya mudah mendapatkan informasi produk Mixue melalui media sosial.					
6.	Informasi yang saya dapatkan melalui media sosial membuat saya paham atas produk mixue					

Variabel *Lifestyle* (X_2)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Aktivitas						
8.	Saya sering mengonsumsi produk mixue					
Ketertarikan						
9.	Saya tertarik membeli minuman Mixue karena Kualitas rasa dan harganya.					
10.	Ada perasaan senang setelah membeli produk minuman mixue.					

Opini (pendapat)					
11.	Saya membeli produk mixue karena adanya rekomendasi dari teman.				
12.	Saya mengonsumsi produk mixue karena mengikuti gaya hidup saat ini.				
Kebiasaan					
13.	Saya tertarik membeli minuman Mixue setelah melihat orang lain mengonsumsi produknya .				
14.	Saya terbiasa membeli produk mixue setelah saya mengetahui rasanya.				

Variabel Minat Beli (Y)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Minat Transaksional						
15.	Saya tertarik membeli produk minuman mixue sesuai dengan kebutuhan.					
16.	Saya berminat membeli kembali minuman Mixue karena kelengkapan produknya.					
Minat Referensial						
17.	Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk mixue.					
Minat Preferensial						
18.	Saya memilih meminum produk mixue untuk menjadi teman bersantai.					
19.	Produk minuman mixue menjadi prioritas utama saya saat membeli minuman.					

Minat Eksplorasi					
20.	Saya menanyakan tentang produk mixue kepada orang yang sudah membelinya.				
21.	Saya mencari informasi tentang varian apa saja yang paling banyak disukai oleh konsumen Mixue				
22.	Informasi yang diberikan tentang produk mixue sesuai dengan kenyataan yang ada membuat saya berminat membelinya.				

Lampiran 3: Hasil Kuesioner Responden

Rekapitulasi Kuesioner			
No. Responden	<i>Viral Marketing (X1)</i>	<i>Lifestyle (X2)</i>	Minat Beli (Y)
1.	27	22	26
2.	22	23	32
3.	23	23	27
4.	25	21	24
5.	23	20	14
6.	19	24	30
7.	18	13	18
8.	21	27	29
9.	21	19	23
10.	17	21	18
11.	24	23	25
12.	21	27	29
13.	27	20	26
14.	27	20	31
15.	28	20	30
16.	19	21	20
17.	24	21	25
18.	24	25	27
19.	21	20	26
20.	21	22	21
21.	21	26	28
22.	23	19	22
23.	19	20	22
24.	14	22	26
25.	28	30	32
26.	30	35	39
27.	21	21	21
28.	21	24	27
29.	13	14	21
30.	23	25	26
31.	28	21	26
32.	23	23	23
33.	22	12	17

34.	23	20	19
35.	18	21	29
36.	24	31	32
37.	22	19	28
38.	27	20	25
39.	28	18	14
40.	24	21	28
41.	22	14	20
42.	22	20	27
43.	19	12	14
44.	30	27	35
45.	22	23	22
46.	28	30	25
47.	23	17	19
48.	16	11	17
49.	18	27	30
50.	14	15	18
51.	23	23	29
52.	21	28	33
53.	21	30	25
54.	28	15	22
55.	15	21	30
56.	30	33	32
57.	29	27	20
58.	22	21	24
59.	27	18	23
60.	18	21	23
61.	23	20	25
62.	29	32	28
63.	12	15	21
64.	20	27	28

<i>Viral Marketing (X1)</i>						
P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	X1 Total
5	5	4	3	5	5	27
3	4	5	2	4	4	22
3	3	4	3	5	5	23
5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	3	4	4	23
3	4	3	3	3	3	19
4	3	3	3	2	3	18
4	4	4	3	3	3	21
4	3	3	4	3	4	21
3	3	2	2	4	3	17
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	4	3	21
4	5	4	5	5	4	27
5	5	3	4	5	5	27
4	5	4	5	5	5	28
4	4	3	2	4	2	19
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	4	3	4	3	2	21
2	3	4	4	4	4	21
4	4	3	4	3	3	21
5	3	3	4	4	4	23
3	3	4	3	3	3	19
1	2	3	3	2	3	14
4	5	5	5	4	5	28
5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	4	3	4	21
3	4	5	2	4	3	21
5	1	1	2	2	2	13
5	4	2	4	4	4	23
5	5	3	5	5	5	28
4	4	4	4	3	4	23
4	3	3	4	4	4	22
4	4	4	4	4	3	23
4	3	3	2	4	2	18
3	3	5	4	5	4	24
5	3	5	2	4	3	22
5	3	5	4	5	5	27
5	3	5	5	5	5	28

4	3	5	4	4	4	24
5	3	2	4	4	4	22
4	3	4	3	4	4	22
4	2	4	3	3	3	19
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	4	4	3	22
5	5	3	5	5	5	28
4	4	4	3	4	4	23
3	1	4	2	3	3	16
1	1	5	1	5	5	18
2	2	4	2	3	1	14
5	3	3	4	4	4	23
2	4	3	4	4	4	21
4	3	5	3	3	3	21
5	5	4	4	5	5	28
3	3	1	1	3	4	15
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	5	5	29
4	3	3	4	4	4	22
5	4	3	5	5	5	27
1	1	5	5	5	1	18
5	4	4	4	3	3	23
5	5	5	5	5	4	29
1	3	5	1	1	1	12
3	3	4	4	3	3	20

<i>Lifestyle (X2)</i>							
P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	X2 Total
4	4	4	4	1	1	4	22
2	4	3	5	2	2	5	23
2	4	3	3	1	5	5	23
2	3	3	4	3	3	3	21
5	3	3	3	1	2	3	20
2	3	3	5	3	5	3	24
1	2	2	2	2	2	2	13
3	4	4	4	4	4	4	27
2	3	3	3	2	3	3	19
3	3	3	3	3	3	3	21
3	3	3	4	3	4	3	23
4	5	5	3	2	3	5	27
3	4	3	3	2	3	2	20
3	4	4	3	1	1	4	20
3	4	3	3	2	2	3	20
2	4	4	3	3	3	2	21
3	4	3	3	3	2	3	21
3	4	4	3	3	4	4	25
3	3	3	3	2	4	2	20
2	4	4	3	2	3	4	22
4	4	4	3	4	3	4	26
2	4	3	3	2	4	1	19
3	3	3	3	2	3	3	20
4	2	2	2	4	4	4	22
3	5	4	5	3	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	35
3	3	1	4	3	4	3	21
3	3	4	5	2	3	4	24
2	2	2	2	2	2	2	14
3	3	3	4	4	4	4	25
3	3	3	3	3	4	2	21
3	4	3	3	3	4	3	23
2	2	2	2	1	2	1	12
3	3	3	3	3	3	2	20
3	5	3	3	3	2	2	21
3	5	5	5	3	5	5	31
2	3	3	4	2	3	2	19
2	4	4	4	1	4	1	20
3	3	3	4	1	3	1	18
3	3	4	4	2	2	3	21

1	3	3	3	1	1	2	14
4	3	2	3	2	3	3	20
1	2	3	2	1	1	2	12
3	5	4	5	2	3	5	27
3	4	4	4	2	3	3	23
2	5	5	5	5	5	3	30
3	3	3	3	1	3	1	17
2	1	1	2	2	1	2	11
5	5	5	3	1	3	5	27
3	3	3	3	1	1	1	15
3	3	4	3	3	4	3	23
5	4	4	3	4	4	4	28
5	5	5	4	3	4	4	30
1	3	3	4	1	2	1	15
4	2	3	4	2	4	2	21
4	5	5	5	4	5	5	33
3	5	4	3	3	4	5	27
3	3	3	3	3	3	3	21
2	3	3	3	2	3	2	18
4	4	3	3	2	2	3	21
3	3	3	4	2	2	3	20
5	5	5	5	3	4	5	32
2	3	1	4	1	2	2	15
3	3	4	4	5	5	3	27

Minat Beli (Y)								
P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	Y Total
4	4	4	4	1	3	2	4	26
4	4	5	4	3	4	4	4	32
5	4	3	4	2	4	2	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	2	1	2	1	1	1	3	14
5	3	3	3	2	5	5	4	30
3	3	3	2	1	2	2	2	18
3	4	4	4	3	4	3	4	29
1	2	4	4	3	3	3	3	23
2	2	3	2	2	2	2	3	18
3	3	3	3	3	3	3	4	25
5	5	3	3	2	3	3	5	29
4	3	3	2	2	4	4	4	26
4	4	4	5	2	4	4	4	31
4	4	4	4	3	4	2	5	30
2	3	2	2	2	3	3	3	20
2	2	3	4	2	4	4	4	25
4	4	3	4	3	2	3	4	27
3	3	3	4	2	3	4	4	26
3	3	3	3	2	2	2	3	21
3	3	4	4	4	4	3	3	28
4	2	2	4	1	3	3	3	22
3	2	3	3	2	3	3	3	22
4	2	4	4	3	3	3	3	26
5	4	5	4	3	4	3	4	32
5	5	5	5	5	5	4	5	39
1	1	2	3	3	4	4	3	21
2	3	4	5	1	4	4	4	27
2	2	1	5	2	5	2	2	21
3	3	3	3	2	5	4	3	26
3	3	3	4	2	4	4	3	26
3	3	3	3	2	3	4	2	23
2	3	2	2	1	2	2	3	17
3	2	2	3	1	3	2	3	19
4	3	4	5	3	2	4	4	29
5	4	4	5	3	4	3	4	32
4	3	3	2	5	4	3	4	28
4	2	2	4	1	4	4	4	25
3	1	1	3	1	3	1	1	14
3	3	3	3	3	5	5	3	28

2	2	3	2	2	4	3	2	20
5	4	3	2	3	3	4	3	27
3	1	3	1	1	3	1	1	14
4	5	5	4	3	5	4	5	35
3	2	3	3	3	2	3	3	22
2	2	3	3	2	4	4	5	25
3	4	1	3	1	1	3	3	19
2	2	2	2	3	2	2	2	17
5	5	5	5	3	2	2	3	30
1	3	3	1	1	3	3	3	18
4	4	3	4	3	4	3	4	29
4	4	5	4	4	4	4	4	33
3	4	4	4	2	2	2	4	25
5	3	3	2	1	2	3	3	22
5	3	3	3	5	4	3	4	30
2	4	5	4	2	5	5	5	32
5	3	3	1	1	3	1	3	20
3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	2	3	3	2	3	4	3	23
3	3	2	4	3	3	2	3	23
4	3	3	3	2	3	3	4	25
3	3	4	4	4	3	3	4	28
4	2	3	3	1	4	2	2	21
3	3	4	3	2	4	4	5	28

Lampiran 4: Hasil SPSS

1. Uji Validitas *Viral Marketing* (X1)

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
<i>Viral Marketing</i> (X1)	P1	0,2075	0,699	Valid
	P2	0,2075	0,781	Valid
	P3	0,2075	0,457	Valid
	P4	0,2075	0,766	Valid
	P5	0,2075	0,807	Valid
	P6	0,2075	0,810	Valid

2. Uji Validitas *Lifestyle* (X2)

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
<i>Lifestyle</i> (X2)	P1	0,2075	0,620	Valid
	P2	0,2075	0,775	Valid
	P3	0,2075	0,780	Valid
	P4	0,2075	0,641	Valid
	P5	0,2075	0,663	Valid
	P6	0,2075	0,719	Valid
	P7	0,2075	0,787	Valid

3. Uji Validitas Minat Beli (Y)

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai R Tabel	Nilai R Hitung	Keterangan
Minat Beli (Y)	P1	0,2075	0,520	Valid
	P2	0,2075	0,724	Valid
	P3	0,2075	0,769	Valid
	P4	0,2075	0,652	Valid
	P5	0,2075	0,625	Valid
	P6	0,2075	0,584	Valid
	P7	0,2075	0,602	Valid
	P8	0,2075	0,763	Valid

4. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha (α)	N of Items	Keterangan
<i>Viral Marketing</i> (X1)	0,814	6	Reliabel
<i>Lifestyle</i> (X2)	0,836	7	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,806	8	Reliabel

5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

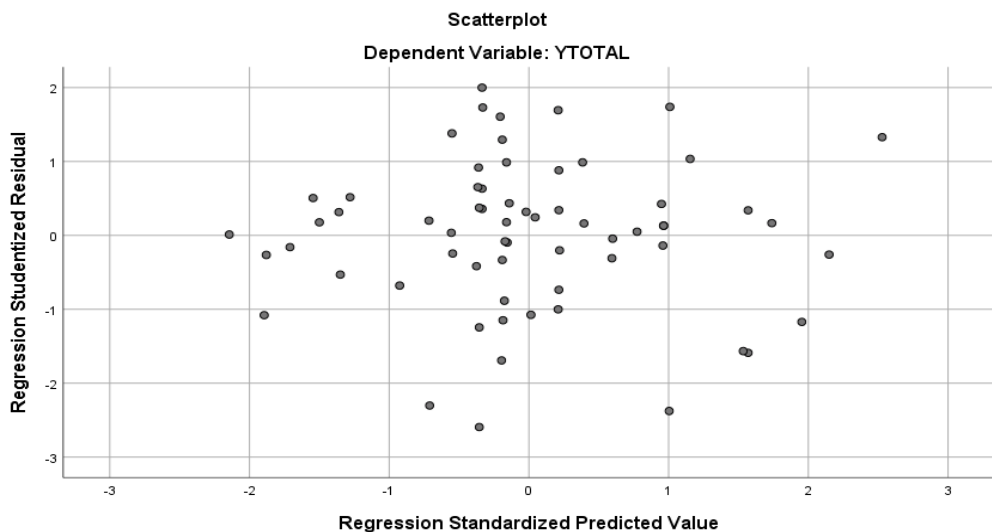
		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,68327412
Most Extreme Differences	Absolute	,104
	Positive	,076
	Negative	-,104
Test Statistic		,104
Asymp. Sig. (2-tailed)		,084 ^c

6. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,064	2,527		3,586	,001		
	<i>Viral Marketing</i>	,019	,113	,017	2,164	,001	,787	1,271
	<i>Lifestyle</i>	,706	,102	,703	6,917	,000	,787	1,271

a. Dependent Variable: Minat Beli

7. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplots



8. Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,064	2,527		3,586	,001
	<i>Viral Marketing</i>	,019	,113	,017	2,164	,001
	<i>Lifestyle</i>	,706	,102	,703	6,917	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,710 ^a	,505	,489	3,74317

a. Predictors: (Constant), *Lifestyle*, *Viral Marketing*

b. Dependent Variable: Minat Beli

10. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9,064	2,527		3,586	,001
	<i>Viral Marketing</i>	,019	,113	,017	2,164	,001
	<i>Lifestyle</i>	,706	,102	,703	6,917	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

11. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	871,060	2	435,530	31,084	,000 ^b
	Residual	854,690	61	14,011		
	Total	1725,750	63			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), *Lifestyle*, *Viral Marketing*

Lampiran 5: Tabel Nilai R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568

81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 6: Tabel Nilai T

TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
41	0,680521	1,302543	1,682878	2,019541	2,420803	2,701181	3,301273
42	0,680376	1,302035	1,681952	2,018082	2,418470	2,698066	3,295951
43	0,680238	1,301552	1,681071	2,016692	2,416250	2,695102	3,290890
44	0,680107	1,301090	1,680230	2,015368	2,414134	2,692278	3,286072
45	0,679981	1,300649	1,679427	2,014103	2,412116	2,689585	3,281480
46	0,679861	1,300228	1,678660	2,012896	2,410188	2,687013	3,277098
47	0,679746	1,299825	1,677927	2,011741	2,408345	2,684556	3,272912
48	0,679635	1,299439	1,677224	2,010635	2,406581	2,682204	3,268910
49	0,679530	1,299069	1,676551	2,009575	2,404892	2,679952	3,265079
50	0,679428	1,298714	1,675905	2,008559	2,403272	2,677793	3,261409
51	0,679331	1,298373	1,675285	2,007584	2,401718	2,675722	3,257890
52	0,679237	1,298045	1,674689	2,006647	2,400225	2,673734	3,254512
53	0,679147	1,297730	1,674116	2,005746	2,398790	2,671823	3,251268
54	0,679060	1,297426	1,673565	2,004879	2,397410	2,669985	3,248149
55	0,678977	1,297134	1,673034	2,004045	2,396081	2,668216	3,245149
56	0,678896	1,296853	1,672522	2,003241	2,394801	2,666512	3,242261
57	0,678818	1,296581	1,672029	2,002465	2,393568	2,664870	3,239478
58	0,678743	1,296319	1,671553	2,001717	2,392377	2,663287	3,236795
59	0,678671	1,296066	1,671093	2,000995	2,391229	2,661759	3,234207
60	0,678601	1,295821	1,670649	2,000298	2,390119	2,660283	3,231709
61	0,678533	1,295585	1,670219	1,999624	2,389047	2,658857	3,229296
62	0,678467	1,295356	1,669804	1,998972	2,388011	2,657479	3,226964
63	0,678404	1,295134	1,669402	1,998341	2,387008	2,656145	3,224709
64	0,678342	1,294920	1,669013	1,997730	2,386037	2,654854	3,222527
65	0,678283	1,294712	1,668636	1,997138	2,385097	2,653604	3,220414
66	0,678225	1,294511	1,668271	1,996564	2,384186	2,652394	3,218368
67	0,678169	1,294315	1,667916	1,996008	2,383302	2,651220	3,216386
68	0,678115	1,294126	1,667572	1,995469	2,382446	2,650081	3,214463
69	0,678062	1,293942	1,667239	1,994945	2,381615	2,648977	3,212599
70	0,678011	1,293763	1,666914	1,994437	2,380807	2,647905	3,210789
71	0,677961	1,293589	1,666600	1,993943	2,380024	2,646863	3,209032
72	0,677912	1,293421	1,666294	1,993464	2,379262	2,645852	3,207326
73	0,677865	1,293256	1,665996	1,992997	2,378522	2,644869	3,205668
74	0,677820	1,293097	1,665707	1,992543	2,377802	2,643913	3,204056
75	0,677775	1,292941	1,665425	1,992102	2,377102	2,642983	3,202489
76	0,677732	1,292790	1,665151	1,991673	2,376420	2,642078	3,200964
77	0,677689	1,292643	1,664885	1,991254	2,375757	2,641198	3,199480
78	0,677648	1,292500	1,664625	1,990847	2,375111	2,640340	3,198035
79	0,677608	1,292360	1,664371	1,990450	2,374482	2,639505	3,196628
80	0,677569	1,292224	1,664125	1,990063	2,373868	2,638691	3,195258

Lampiran 7: Nilai Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,10															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
47	2.82	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
48	2.81	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63
49	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.71	1.68	1.66	1.65	1.63
50	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.63
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.62
52	2.80	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.64	1.62
53	2.80	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.63	1.62
54	2.80	2.40	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.62
55	2.80	2.40	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
56	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
57	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.69	1.66	1.64	1.63	1.61
58	2.79	2.40	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.62	1.60
63	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.61	1.60
64	2.79	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.60
65	2.78	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
66	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
67	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.86	1.81	1.76	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
68	2.78	2.38	2.17	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.73	1.69	1.67	1.64	1.62	1.61	1.59
69	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.72	1.69	1.67	1.64	1.62	1.60	1.59
70	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
71	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
72	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
73	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
74	2.77	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
75	2.77	2.37	2.16	2.02	1.93	1.85	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.63	1.61	1.60	1.58
76	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.72	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
77	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
78	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58

79	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
80	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
81	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
82	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
83	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
84	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.74	1.71	1.68	1.65	1.63	1.60	1.59	1.57
85	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.59	1.57
86	2.76	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
87	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
88	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
89	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.57
90	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56

Lampiran 8: Dokumentasi

