

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningrum, D., & Andjarwati, A. L. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 896–906. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p896-906>
- Alma. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Anandita, D. (2015). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(2), 203–210.
- Anisa Jayanti, N., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Potongan Harga, Voucher Kupon Dan Garansi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Toko Quds Textille Kota Malang). *Jiagabi*, 9(2), 322–329.
- Aryatiningrum, S. W., & Insyirah, A. I. (2020). Pengaruh Price Discount terhadap Loyalitas Konsumen pada Pengguna Online Marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 946. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p946-953>
- Astuti, R., & Arsha, S. A. (2024). The Effect of Hedonic Shopping Motivation and Shopping Lifestyle on Impulse Buying on Zalora Online Shop. *Proceeding International Seminar on Islamic Studies*, 5(1), 1035–1041.
- Belisa. (2018). *Pengaruh Sales Promotion Voucher Diskon Melalui Media Sosial Instagram @Brosisdeal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Merchant Lokal Pekanbaru*. 1(1), 1–12.
- Desky, H., Murinda, R., & Razali, R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan, Kualitas Informasi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Online. *Owner*, 6(2), 1812–1829. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.772>
- Endang, Sugianto, & Valentino, Y. B. (2023). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kafe Cupfee di Pontianak. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 49–57.
- Farohi, M. I. (2017). Pengaruh Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Sosial Networking Site (Studi Pada Buyer Toko Online Lazada. co. id di Kota Semarang). *Universitas Negeri Semarang*, 1–86. <http://lib.unnes.ac.id/30722/1/7311413217.pdf>
- Fauziah, I. N. (2024). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mesin Cuci Merek LG di Kota Surabaya. *Jurnal*

Manajemen Dan Sains, 9(1), 573–578.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v9i1.1714>

Gergely, S. (2024). Npengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (*Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Karangobar Purwokerto*). *February*, 4–6.

Gustini, S., & Lestari, C. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Dealer Pd. Panca Motor Sekayu. *Jurnal Manajemen Kompeten*, 3(2), 35.
<https://doi.org/10.51877/mnjm.v3i2.175>

Hafidhah, Q., & Gilang Saraswati, T. (2024). *Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kanzler*. 11(1), 1132.

Ihsan, N. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. www.aging-us.com

Irawati, R., & N, S. H. (2024). Pengaruh Harga , Voucher Diskon Dan Gratis Ongkir Di Aplikasi Shopee Food Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Malang. 5(2), 2020–2025.

Italia, & Islamuddin. (2021). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Handphone Merek Nokia. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis1JURNAL MANAJEMEN MODAL INSANI DAN BISNIS (JMMIB)*, 2(1), 1–13.

Juliani, D., Mendrofa, Y., Zega, Y., Harefa, I., & Nias, U. (2024). *Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Rindang Serba 35 . 000 Di Pasar Lahewa Kabupaten Nias Utara*. 4, 7366–7376.

Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9>

Keller, kotler dan. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Transportasi Teman Bus Pt. Trans Musi Palembang Jaya di Kota Palembang. *Jurnal EK&BI*, 5(2), 364–372.
<https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i2.599>

Kenora, O. M. (2024). *Prodi ekonomi syariah fakultas syariah dan ekonomi islam institut agama islam negeri curup 2024*.

Kurniawan C, A., Dewi, R. S., & Ngatno. (2021). Pengaruh E-Service Quality Dan Keamanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Marketplace

- Tokopedia (Studi Kasus Seller Tokopedia). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(1), 762–771. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29784>
- Machfoedz. (2023). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Lakosa Coffe & Roastery. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi Dan Perbankan Perbankan*, 4(1), 79–92.
- Mahmudah, A. R. (2020). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement Dan Discount Terhadap Impulse Buying Pada Mahasiswa Pengunjung Rita Pasaraya Wonosobo (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNSIQ). *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 1(2), 290–299. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1224>
- Mubarok, M. M. (2018). Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jetis Sidoarjo Dimediasi Oleh Minat Beli.
- Nicklouse Christian Lempoy. (2015). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas, Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Emba*, 3(1), 1072–1083. <https://doi.org/10.1007/s00101-004-0690-4> [doi]
- Ningrum, N. I. P., Oktaviany, V., & Sadikin, A. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Maybelline. *DEVELOP: Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 4(1), 46–54. <https://doi.org/10.53990/develop.v4i1.195>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>
- Puanda, F., & Rahmidani, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan dan Keamanan terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Aplikasi Shopee. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 367. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11507>
- Putri, D. (2023). *Pengaruh harga, voucher diskon, dan e-service quality terhadap loyalitas pelanggan layanan grabfood*. Skripsi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Rade.
- Rahman, T., & Wijayanti, R. F. (2023). Pengaruh E-Service Quality Dan Price Discount Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 8(2), 232–239. <https://doi.org/10.33474/jimmu.v8i2.20558>
- Rahmawati, S. D. (2023). *Pengaruh diskon, persepsi harga, dan keamanan transaksi terhadap keputusan pembelian makanan pada aplikasi shopeefood di kota surakarta*. 26.

- Saputri, M. eka, & Pratama, T. R. (2014). Pengaruh Band Image terhadap Pengguna Smartphone iPhone. *Sosio Teknologi*, 13(3), 3.
- Sari, Y. O., Handayani, S., & Astuty, K. (2024). the Effect of Service Quality, Brand Image and Sales Promotion on Consumers' Satisfaction At Pt. Astra Honda Motor of Bengkulu City. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital*, 3(1), 99–112. <https://doi.org/10.37676/jambd.v3i1.5357>
- Sheldy, Y. P., Sidanti, H., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kemudahan Penggunaan, dan Keamanan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet DANA (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Madiun). *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA) 5, September 2023*, 1–14.
- Sugiyono. (2011). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896–2910.
- Tambun, C., Moniharapon, S., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Indomaret Krida Malalayang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 231–243. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49660>
- Tua, C. N. R. (2019). Pengaruh Keamanan, Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembeli E-Commerce Shopee (*Studi Kasus Mahasiswa STIE Indonesia Jakarta Pengguna Shopee*). 2012, 8–24.
- Wahyudi. (2017). PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP IMPULSE BUYING. *Block Caving – A Viable Alternative?*, 21(1), 1–9.
- Wahyuningsih, I., & Damayanti, D. (2024). Bismar (Bisnis dan Manajemen): The Journal of Business and Management Pengaruh Kualitas Produk, Voucher Diskon dan Shopping Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh E-WOM pada Live Streaming Shopee (Study pada Mahasiswa di DIY). *Bismar (Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 1–18.
- Wahyuningsih, Y., & Agustin, L. (2024). J-Macc Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Pada Market. 7(1).
- Wijaya, S., & Kusnawan, A. (2021). Pengaruh Diskon, Promosi, Digital Marketing, Brand Image, dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Shopee Kota Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/2215%0Ahttps://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/download/2215/1457>

Yulianti, N. M. D. R. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy dan Emotional Desire terhadap Keputusan Pembelian Produk McDonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 69–79.

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1.

KUESIONER PENELITIAN

“PENGARUH *BRAND IMAGE*, *VOUCHER DISCOUNT* DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA ONLINE GRAB PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DI KOTA BENGKULU”

Responden Yang Terhormat,

Perkenalkan.

Nama : Bely Andrians

Npm : 2061201026

Prodi : Manajemen

Dalam rangka penyusunan skripsi yang menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Kota Bengkulu, Saya menyebarkan Kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai Pengaruh *Brand Image*, *Voucher Discount* dan Keamanan terhadap Keputusan Pengguna jasa Online Grab.

Maka dengan itu saya mohon bantuan dan kesediaan Kawan – kawan untuk menjawab dan memberi penilaian dari beberapa pernyataan pada kuesioner berikut ini dengan sebenar – benarnya berdasarkan atas apa yang rasakan dan dialami. Jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang sangat berharga bagi penelitian saya dan akan memberikan banyak manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Atas kesediaan dan bantuannya Saya ucapkan Terima Kasih.

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki Laki ☐ Perempuan
3. Usia : ☐ 25 – 30 Tahun
☐ 19 – 24 Tahun
☐ 31 – 36 Tahun

B. Petunjuk Pengisian

Mohon kesediaan anda untuk menjawab pernyataan sesuai dengan keadaan anda dengan memberilah tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang tersedia dengan kriteria pengukuran yaitu:

1. Sangat Setuju (SS)
2. Setuju (S)
3. Netral (N)
4. Tidak Setuju (TS)
5. Sangat Tidak setuju (STS)

C. Pernyataan Penelitian

1. *Brand Image* (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memilih menggunakan Jasa Grab karena memiliki keunggulan yang tidak ada pada jasa lain seperti GrabFood					
2.	Jasa Grab merupakan jasa yang sangat terkenal dan terpercaya					
3.	Jasa Grab sangat mudah dikenali dan beda dari jasa online yang lain					

2. *Voucher Discount* (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Jasa Grab selalu memberikan Jangka waktu lama untuk potongan harga/diskon					
2.	Jasa Grab selalu memberi potongan harga/diskon yang besar					
3.	Jasa Grab selalu memberikan potongan harga/diskon disetiap waktu terutama tanggal merah, tanggal cantik dan hari – hari besar					

3. *Keamanan* (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memilih menggunakan jasa Grab karena saat transaksi online dilakukan verifikasi kata sandi dan juga bisa transaksi secara langsung.					
2.	Saya memilih menggunakan jasa Grab karena saat transaksi bisa COD					
3.	Saya memilih menggunakan jasa Grab karena saat transaksi online selalu dikirimkan bukti transaksi yang telah dilakukan					
4.	Saya memilih menggunakan jasa Grab karena memiliki citra yang baik dan aman					

5.	Saya memilih menggunakan jasa Grab karena produk yang dijual berkualitas dan sudah ada ratingnya					
----	--	--	--	--	--	--

4. Keputusan pengguna jasa (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya memilih menggunakan jasa Grab karena pilihan produk yang ditawarkan beragam dan menarik.					
2.	Saya membeli melalui jasa Grab karena banyak jenis merek produk yang ditawarkan					
3.	Saya membeli melalui jasa Grab karena respon pengirimannya cepat dan tepat					
4.	Saya membeli melalui jasa Grab lebih dari 10 kali dalam seminggu					
5.	Saya memilih menggunakan Grab karena karena metode pembayarannya yang beragam dari tunai sampai non tunai.					

Lampiran 2. TABULASI UJI INSTRUMEN PENELITIAN

**PENGARUH BRAND IMAGE, VOUCHER DISCOUNT DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA ONLINE
MAXIM PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU**

Respon	BRAND IMAGE			TOTAL	VOUCHER DISCOUNT			TOTAL	KEAMANAN					TOTAL	KEPUTUSAN PENGGUNA JASA					TOTAL
	X1.1	X1.2	X1.3		X2.1	X2.2	X2.3		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	4	4	5	13	3	4	4	11	4	4	4	3	4	19	4	3	3	4	4	18
2	3	3	4	10	4	5	4	13	5	3	3	4	3	18	3	3	3	4	4	17
3	4	4	5	13	4	4	3	11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	3	3	5	11	3	4	4	11	3	3	4	3	3	16	4	3	3	3	3	16
6	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
7	4	4	3	11	3	3	3	9	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
8	3	3	3	9	4	4	5	13	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
9	3	4	3	10	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	12	4	5	4	13	3	4	4	4	4	19	3	3	3	3	3	15
11	5	5	4	14	4	4	3	11	4	4	4	5	3	20	3	4	3	4	3	17
12	3	3	3	9	3	3	4	10	4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	3	15
13	4	3	3	10	3	4	4	11	3	4	5	3	4	19	4	3	3	4	2	16
14	3	3	3	9	4	4	5	13	3	5	5	3	3	19	4	4	4	4	4	20
15	5	4	3	12	4	4	5	13	4	5	4	3	4	20	4	5	5	5	3	22
16	3	4	4	11	4	4	4	12	5	3	3	3	5	19	3	3	3	3	3	15
17	3	3	3	9	4	3	3	10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	12	4	5	4	13	5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	5	23
19	4	3	4	11	4	3	4	11	4	5	4	4	3	20	4	4	4	4	4	20
20	3	3	3	9	4	5	5	14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	3	20

Hasil Uji Validitas Instrumen dan Uji Reliabilitas BRAND IMAGE (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,682**	,203	,798**
	Sig. (1-tailed)		,000	,195	,000
	N	20	20	20	20
X1.2	Pearson Correlation	,682**	1	,312	,835**
	Sig. (1-tailed)	,000		,090	,000
	N	20	20	20	20
X1.3	Pearson Correlation	,203	,312	1	,687**
	Sig. (1-tailed)	,195	,090		,000
	N	20	20	20	20
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,798**	,835**	,687**	1
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	
	N	20	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,747	3

Hasil Uji Validitas Instrumen dan Uji Reliabilitas VOUCHER DISCOUNT (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,415*	,166	,652**
	Sig. (1-tailed)		,034	,242	,001
	N	20	20	20	20
X2.2	Pearson Correlation	,415*	1	,355	,827**
	Sig. (1-tailed)	,034		,063	,000
	N	20	20	20	20
X2.3	Pearson Correlation	,166	,355	1	,719**
	Sig. (1-tailed)	,242	,063		,000
	N	20	20	20	20
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,652**	,827**	,719**	1
	Sig. (1-tailed)	,001	,000	,000	
	N	20	20	20	20

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,673	3

Hasil Uji Validitas Instrumen dan Uji Reliabilitas KEAMANAN (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,000	-,292	,404*	,345	,533**
	Sig. (1-tailed)		,500	,106	,039	,068	,008
	N	20	20	20	20	20	20
X3.2	Pearson Correlation	,000	1	,722**	,242	,000	,686**
	Sig. (1-tailed)	,500		,000	,152	,500	,000
	N	20	20	20	20	20	20
X3.3	Pearson Correlation	-,292	,722**	1	,140	,000	,528**
	Sig. (1-tailed)	,106	,000		,279	,500	,008
	N	20	20	20	20	20	20
X3.4	Pearson Correlation	,404*	,242	,140	1	-,014	,653**
	Sig. (1-tailed)	,039	,152	,279		,477	,001
	N	20	20	20	20	20	20
X3.5	Pearson Correlation	,345	,000	,000	,114	1	,542**
	Sig. (1-tailed)	,068	,500	,500	,477		,026
	N	20	20	20	20	20	20
TOTAL_X 3	Pearson Correlation	,533**	,686**	,528**	,653**	,542**	1
	Sig. (1-tailed)	,008	,000	,008	,001	,026	
	N	20	20	20	20	20	20

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,785	5

Hasil Uji Validitas Instrumen dan Uji Reliabilitas KEPUTUSAN PENGGUNA JASA (Y)

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,553**	,651**	,594**	,375	,747**
	Sig. (1-tailed)		,006	,001	,003	,052	,000
	N	20	20	20	20	20	20
Y.2	Pearson Correlation	,553**	1	,875**	,741**	,372	,865**
	Sig. (1-tailed)	,006		,000	,000	,053	,000
	N	20	20	20	20	20	20
Y.3	Pearson Correlation	,651**	,875**	1	,771**	,554**	,945**
	Sig. (1-tailed)	,001	,000		,000	,006	,000
	N	20	20	20	20	20	20
Y.4	Pearson Correlation	,594**	,741**	,771**	1	,371	,850**
	Sig. (1-tailed)	,003	,000	,000		,054	,000
	N	20	20	20	20	20	20
Y.5	Pearson Correlation	,375	,372	,554**	,371	1	,676**
	Sig. (1-tailed)	,052	,053	,006	,054		,001
	N	20	20	20	20	20	20
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,747**	,865**	,945**	,850**	,676**	1
	Sig. (1-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	
	N	20	20	20	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	20	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	20	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,871	5

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pernyataan	Total Pearson Correlation	R.tabel	Keterangan
<i>Brand Image</i> (X1)	1	0,798	0,444	Valid
	2	0,835	0,444	Valid
	3	0,687	0,444	Valid
<i>Voucher Discount</i> (X2)	1	0,652	0,444	Valid
	2	0,827	0,444	Valid
	3	0,719	0,444	Valid
Keamanan (X3)	1	0,553	0,444	Valid
	2	0,686	0,444	Valid
	3	0,528	0,444	Valid
	4	0,653	0,444	Valid
	5	0,542	0,444	Valid
Keputusan Pengguna Jasa (Y)	1	0,747	0,444	Valid
	2	0,865	0,444	Valid
	3	0,945	0,444	Valid
	4	0,850	0,444	Valid
	5	0,676	0,444	Valid

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	<i>Brand Image</i>	0,747	Reliabel
2.	<i>Voucher Discount</i>	0,673	Reliabel
3.	Keamanan	0,785	Reliabel
4.	Keputusan Pengguna Jasa	0,871	Reliabel

Lampiran 3. Tabulasi Data Penelitian

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *VOUCER DISCOUNT* DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNA JASA ONLINE GRAB PADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DI KOTA BENGKULU

Resp	Brand Image			JML	Voucher Discunt			JML	Keamanan					JML	Pengguna Jasa Transfortasi					JML
	BI1	BI2	BI3		VD1	VD2	VD3		KM1	KM2	KM3	KM4	KM5		PJ1	PJ2	PJ3	PJ4	PJ5	
1	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	5	25
2	4	4	3	11	5	4	4	13	3	3	3	5	4	18	5	5	5	5	4	24
3	5	4	3	12	4	5	4	13	4	5	3	4	4	20	3	5	5	4	5	22
4	4	3	5	12	4	4	3	11	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15
5	4	3	4	11	5	3	4	12	3	4	4	3	3	17	3	4	4	3	3	17
6	5	4	5	14	5	5	5	15	5	4	5	4	5	23	5	5	4	5	4	23
7	4	4	3	11	3	4	3	10	3	5	4	4	3	19	3	4	4	3	4	18
8	3	4	3	10	3	5	3	11	3	3	4	4	3	17	4	3	4	3	4	18
9	4	3	3	10	5	4	3	12	3	4	5	3	3	18	4	4	3	3	3	17
10	3	4	3	10	3	5	3	11	5	3	3	3	5	19	3	3	3	5	3	17
11	5	4	3	12	4	3	4	11	5	3	4	3	3	18	3	4	3	5	3	18
12	4	3	3	10	4	5	4	13	4	5	3	3	4	19	3	4	3	4	3	17
13	4	3	3	10	4	3	3	10	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	15
14	3	4	3	10	4	4	4	12	4	3	3	4	4	18	4	3	4	4	4	19
15	4	4	4	12	3	3	5	11	3	4	4	5	3	19	4	4	4	3	4	19
16	4	5	5	14	4	4	4	12	5	3	4	4	5	21	3	4	5	5	5	22
17	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
18	3	4	4	11	4	4	4	12	4	5	3	4	4	20	4	3	4	4	4	19
19	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	4	19

20	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19	3	4	4	4	4	19
21	3	4	4	11	4	4	3	11	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	4	17
22	4	4	5	13	5	5	4	14	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
23	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	4	4	4	19	4	4	3	4	3	18
24	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	5	5	4	22	3	4	5	4	5	21
25	3	3	3	9	3	4	3	10	4	4	4	3	4	19	4	3	3	4	3	17
26	5	5	4	14	5	3	4	12	3	4	3	5	3	18	3	5	5	3	5	21
27	4	3	3	10	3	4	4	11	4	3	4	3	4	18	3	4	3	4	3	17
28	5	5	4	14	4	5	5	14	4	5	4	5	4	22	5	5	5	4	5	24
29	4	5	5	14	4	4	5	13	4	4	5	5	4	22	3	4	5	4	5	21
30	3	4	4	11	4	4	4	12	4	5	3	4	4	20	4	3	4	4	4	19
31	4	4	5	13	5	5	4	14	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
32	3	4	4	11	4	4	3	11	4	3	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18
33	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	3	4	4	18	4	3	4	4	4	19
34	4	5	5	14	5	3	4	12	5	4	4	5	5	23	3	4	5	5	5	22
35	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
36	4	3	3	10	4	5	5	14	4	5	3	3	4	19	3	4	3	4	3	17
37	3	3	3	9	3	3	3	9	5	3	3	3	5	19	5	3	3	5	3	19
38	4	3	3	10	5	4	3	12	3	4	2	4	3	16	4	4	3	3	3	17
39	3	4	3	10	3	5	3	11	3	3	4	4	3	17	3	3	4	3	4	17
40	5	4	5	14	5	5	5	15	5	4	5	3	5	22	5	5	4	5	4	23
41	4	3	5	12	4	3	5	12	5	4	5	5	2	21	4	4	3	5	3	19
42	3	3	5	11	4	4	3	11	3	4	3	4	3	17	3	3	3	3	3	15
43	5	5	4	14	3	5	5	13	4	5	4	3	4	20	5	5	5	4	5	24
44	4	4	3	11	4	4	4	12	5	2	4	5	5	21	4	4	4	5	4	21
45	3	3	4	10	4	4	2	10	4	3	3	4	4	18	2	3	3	4	3	15

46	5	5	4	14	4	5	5	14	4	5	4	3	4	20	5	5	5	4	5	24
47	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20
48	5	4	3	12	4	5	3	12	4	5	3	4	4	20	3	5	4	4	4	20
49	3	3	5	11	4	4	3	11	3	4	3	4	3	17	3	3	3	3	3	15
50	4	3	2	9	2	3	5	10	3	2	4	4	3	16	3	4	3	3	3	16
51	5	4	5	14	5	5	5	15	5	4	5	3	5	22	5	5	4	5	4	23
52	4	4	3	11	3	4	3	10	3	5	4	3	3	18	3	4	4	3	4	18
53	3	4	3	10	3	5	3	11	3	3	4	5	3	18	4	3	4	3	4	18
54	4	3	3	10	5	4	3	12	3	4	2	5	3	17	2	4	3	3	3	15
55	3	3	3	9	3	3	3	9	5	3	3	4	5	20	3	3	3	5	3	17
56	4	5	4	13	3	4	4	11	3	4	3	4	4	18	3	4	3	3	4	17
57	4	3	3	10	4	5	5	14	4	5	3	2	4	18	3	4	3	4	3	17
58	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	15
59	3	4	3	10	4	4	4	12	4	3	3	3	4	17	4	3	4	4	4	19
60	3	4	4	11	4	4	3	11	3	3	3	5	3	17	3	3	4	3	4	17
61	4	4	5	13	5	5	4	14	4	5	4	3	4	20	4	4	4	4	4	20
62	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	4	5	4	20	4	4	3	4	3	18
63	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	5	3	4	20	3	4	5	4	5	21
64	3	3	3	9	3	4	3	10	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	3	17
65	5	5	4	14	5	3	5	13	3	4	3	5	3	18	3	5	5	3	5	21
66	4	3	3	10	3	4	4	11	4	3	4	4	4	19	3	4	3	4	3	17
67	5	5	4	14	4	5	5	14	4	5	4	4	4	21	5	5	5	4	5	24
68	4	5	5	14	4	4	5	13	4	4	5	4	4	21	3	4	5	4	5	21
69	3	4	4	11	4	4	4	12	4	5	3	3	4	19	4	3	4	4	4	19
70	4	4	5	13	5	5	4	14	4	5	4	3	4	20	4	4	4	4	4	20
71	3	4	4	11	4	4	3	11	4	3	4	4	4	19	3	3	4	4	4	18

72	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	3	4	4	18	4	3	4	4	4	19
73	4	5	5	14	5	3	4	12	5	4	4	4	5	22	3	4	5	5	5	22
74	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	15
75	4	3	3	10	4	5	2	11	4	5	3	4	4	20	3	4	3	4	3	17
76	4	3	3	10	3	4	3	10	4	3	5	4	4	20	4	4	3	4	3	18
77	3	3	3	9	4	4	5	13	4	4	4	3	4	19	5	3	3	4	3	18
78	3	4	3	10	3	4	5	12	3	4	4	4	3	18	4	3	4	3	4	18
79	3	4	4	11	4	3	4	11	3	3	3	4	3	16	4	3	4	3	4	18
80	4	5	4	13	3	3	4	10	5	3	4	5	5	22	3	4	4	5	4	20
81	4	4	5	13	3	4	3	10	5	3	3	4	5	20	4	4	4	5	4	21
82	4	3	4	11	5	5	3	13	4	5	4	4	4	21	3	4	3	4	3	17
83	4	5	5	14	3	5	4	12	4	4	3	4	4	19	3	4	5	4	5	21
84	3	3	3	9	4	4	5	13	3	4	4	3	3	17	5	3	3	3	3	17
85	5	5	4	14	4	4	5	13	3	4	3	4	3	17	3	5	5	3	5	21
86	4	3	3	10	3	3	4	10	4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	3	18
87	5	5	4	14	4	4	4	12	5	4	5	4	5	23	4	5	5	5	5	24
88	4	5	5	14	3	4	3	10	5	4	3	3	5	20	3	4	5	5	5	22
89	3	4	4	11	3	3	4	10	4	3	4	5	4	20	4	3	4	4	4	19
90	4	4	5	13	3	2	4	9	4	3	4	3	4	18	3	4	4	4	4	19
91	3	4	4	11	4	3	3	10	3	3	3	5	3	17	3	3	4	3	4	17
92	3	4	4	11	5	5	2	12	4	4	4	3	4	19	3	3	4	4	4	18
93	4	5	5	14	4	5	3	12	4	5	3	5	4	21	4	4	5	4	5	22
94	3	3	3	9	4	4	5	13	3	5	3	5	3	19	5	3	3	3	3	17
95	4	3	3	10	3	3	5	11	2	4	3	4	2	15	4	4	3	2	3	16
96	4	3	3	10	4	4	4	12	3	4	4	4	3	18	4	4	3	3	3	17
97	5	5	4	14	3	4	3	10	5	3	5	4	5	22	4	5	5	5	5	24

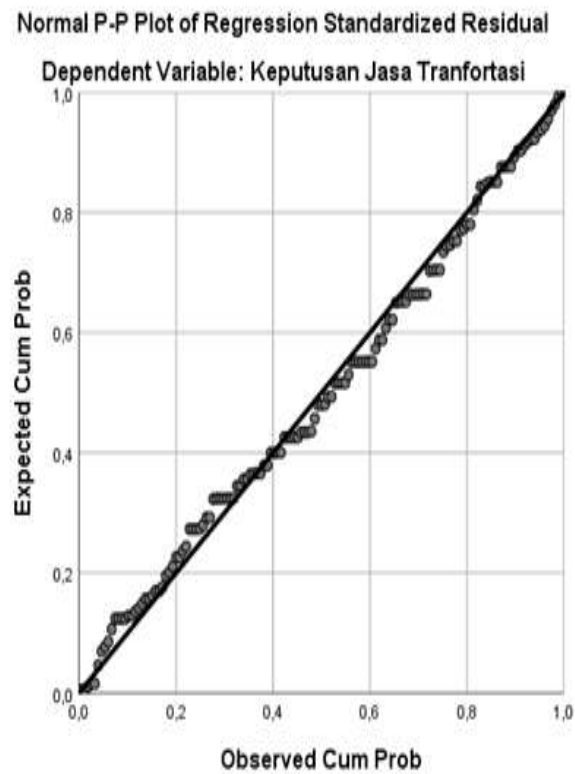
98	4	5	5	14	4	5	4	13	3	3	4	4	5	19	5	4	5	5	5	24
99	5	5	4	14	4	5	5	14	5	4	5	5	5	24	5	5	4	5	5	24
100	2	4	3	9	3	4	3	10	3	3	4	4	5	19	3	4	4	3	4	18
101	5	4	3	12	4	5	3	12	5	3	3	4	5	20	4	4	3	4	4	19
102	3	3	5	11	4	4	3	11	4	3	3	3	3	16	3	3	5	4	3	18
103	4	3	2	9	5	3	4	12	2	4	3	4	4	17	3	3	2	5	3	16
104	5	4	5	14	5	5	5	15	4	5	5	4	5	23	4	5	5	5	4	23
105	4	4	3	11	3	4	3	10	5	4	3	3	4	19	4	3	3	3	4	17
106	3	4	3	10	3	5	3	11	3	4	4	5	3	19	4	3	4	3	4	18
107	4	3	3	10	5	4	3	12	4	2	4	4	4	18	3	3	4	5	3	18
108	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	5	4	3	3	18
109	5	3	3	11	4	3	4	11	3	3	3	5	4	18	3	3	3	3	4	16
110	4	3	3	10	4	5	4	13	5	3	3	4	4	19	3	4	4	4	3	18
111	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	16
112	3	4	3	10	4	4	4	12	3	3	4	3	3	16	4	4	3	4	4	19
113	4	4	4	12	3	3	5	11	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	4	18
114	4	5	5	14	4	4	4	12	3	4	3	4	4	18	5	5	5	4	5	24
115	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
116	3	4	4	11	4	4	4	12	5	3	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20
117	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20
118	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	4	20
119	3	4	4	11	4	4	3	11	3	3	3	3	3	15	4	3	4	4	4	19
120	4	5	4	13	4	4	5	13	4	5	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20
121	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	4	22
122	4	3	4	11	4	4	4	12	3	4	4	3	4	18	3	4	4	4	3	18
123	4	5	5	14	4	4	4	12	4	5	3	3	4	19	5	4	5	4	5	23

124	3	3	3	9	3	4	3	10	4	4	4	3	3	18	3	4	3	3	3	16
125	5	5	4	14	5	3	4	12	4	3	3	5	5	20	5	3	4	5	5	22
126	4	3	3	10	3	4	4	11	3	4	3	4	4	18	3	4	3	3	3	16
127	5	5	4	14	4	5	5	14	5	4	5	5	5	24	5	4	4	4	5	22
128	4	5	5	14	4	4	5	13	4	5	3	3	4	19	5	4	5	4	5	23
129	3	4	4	11	4	4	4	12	5	3	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
130	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	4	5	4	22	4	4	5	5	4	22
131	3	4	4	11	4	4	3	11	3	4	3	4	3	17	4	4	4	4	4	20
132	3	4	4	11	4	4	4	12	3	3	4	3	3	16	4	4	4	4	4	20
133	4	5	5	14	5	3	4	12	4	4	3	3	4	18	5	5	5	5	5	25
134	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	4	3	16	3	3	3	4	3	16
135	4	3	3	10	4	5	5	14	5	3	3	4	4	19	3	4	3	4	3	17
136	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	5	4	3	18	3	5	3	3	3	17
137	4	3	3	10	5	4	3	12	4	2	4	3	4	17	3	3	3	5	3	17
138	3	4	3	10	3	5	3	11	3	4	3	3	3	16	4	3	3	3	4	17
139	5	4	5	14	5	5	5	15	4	5	5	3	5	22	4	5	5	5	4	23
140	4	3	2	9	2	3	5	10	2	2	4	3	4	15	3	2	2	2	3	12
141	3	3	5	11	4	4	3	11	4	3	3	4	3	17	3	3	5	4	3	18
142	5	5	4	14	3	5	5	13	5	4	5	4	5	23	5	4	4	3	5	21
143	4	4	4	12	3	4	5	12	3	4	5	5	4	21	4	4	3	5	4	20
144	5	4	4	13	5	5	3	13	5	5	3	3	4	20	4	3	4	3	3	17
145	4	5	3	12	5	4	4	13	5	4	4	3	4	20	5	5	4	4	5	23
146	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	3	5	17	4	4	3	4	4	19
147	3	4	3	10	4	3	4	11	4	3	4	4	3	18	3	2	3	5	2	15
148	2	4	5	11	5	4	4	13	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	4	22
149	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	4	4	3	19	4	5	4	3	5	21

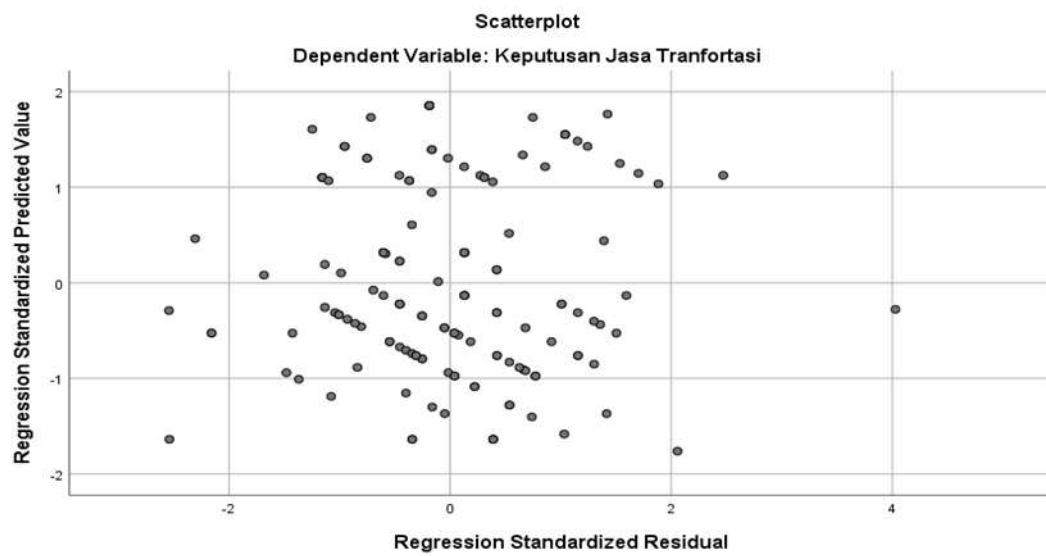
150	4	4	3	11	3	4	4	11	3	4	4	4	3	18	5	3	4	3	3	18
151	4	3	4	11	3	3	3	9	3	3	3	3	5	17	3	3	3	3	3	15
152	3	4	4	11	2	3	3	8	2	3	3	3	3	14	3	3	3	3	3	15
153	4	3	4	11	4	3	3	10	4	3	3	3	4	17	5	5	3	4	5	22
154	5	3	4	12	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	16
155	4	4	4	12	3	4	3	10	3	4	3	3	4	17	4	3	4	4	3	18
156	4	4	2	10	4	4	4	12	4	4	4	4	3	19	3	4	4	3	4	18
157	3	4	4	11	4	5	4	13	4	5	4	4	5	22	4	3	3	4	3	17
158	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
159	3	3	4	10	3	4	3	10	3	4	3	3	4	17	4	5	4	4	5	22
160	4	4	3	11	4	4	4	12	2	4	4	5	4	19	4	5	3	4	4	20

Lampiran 4. Hasil Uji Data

1. Uji Normalitas



2. Hasil Uji Heterokedastisitas



3. Hasil Uji Multikolieritas, Uji T dan Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,294	1,062		1,218	,225
	<i>Brand image</i>	1,001	,087	,662	11,462	,000
	<i>Vaoucher Discount</i>	,276	,101	,150	2,736	,007
	<i>Keamanan</i>	,200	,080	,150	2,512	,013

a. Dependent Variable: Keputusan Pengguna Jasa Online Grab

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,855 ^a	,731	,726	1,36540
a. Predictors: (Constant), <i>Brand image</i> , <i>Vaoucher Discount</i> , <i>Keamanan</i>				
b. Dependent Variable: Keputusan Pengguna Jasa Online Grab				

5. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	705,839	3	235,280	126,202	,000 ^b
	Residual	259,140	139	1,864		
	Total	964,979	142			

a. Dependent Variable: Keputusan Penggunaan

b. Predictors: (Constant), *Brand image*, *Vaoucher Discount*, *Keamanan*

TABEL T

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung.

TABEL F

**Titik Persentase Distribusi F untuk
Probabilita = 0,05**

df untuk penyebut (N2)	Df Untuk pembilang (N1)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81