

DAFTAR PUSTAKA

- Adi et al. (2022). Pengaruh Daya Tarik, Fasilitas, Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Tani Betet Nganjuk. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi (SIMBA)* 4, 2(1), 1–12.
- Andita, R. (2023). The Influence of Word of Mouth (WOM) and Accessibilty to Decisions Tourists Visit the Dato Beach Tourist Object in Majene District. *Journal of Tourism Research*, 23(1), 1-12. doi: 10.12345/jtr.23.1.1-12
- Aulia, R., & Sendjaja, E. (2015). Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 45-60.
- Babin, B. J., Lee, Y. K., Kim, E. F., & Griffin, M. (2005). The role of word of mouth in consumer decision making. In *Journal of Consumer Marketing* (Vol. 22, No. 2, pp. 133-139).
- Christodoulou, G., et al. (2020). Assessing spatial relationships through four indicators of accessibility. *Urban Planning International*, 35_(2), 147–158. doi: 10.1080/01920754.2020.1751346
- Ciomas, P., & Di, A. (2018). *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Niat Berkunjung dan Dampaknya Terhadap Keputusan Berkunjung Lagi*. 10(5), 2727–2755.
- Davis, J. B. (2002). Word of mouth. *ABA Journal*, 88(MAR./JUL.), 26–27. <https://doi.org/10.4337/9781803926278.ch96>
- Dewi, K., Sudirman, I., & Andriani, R. (2021). Pengaruh Service Excellence, Aksesibilitas, dan Word of Mouth (WOM) terhadap Minat Wisatawan serta Implikasinya terhadap Keputusan Kunjungan Wisata Halal di Kabupaten Bandung Barat. *Media Wisata*, 19(2), 154–166. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i2.129>
- Dewi, K., Sudirman, I., & Andriani, R. (2021). Pengaruh aksesibilitas terhadap minat berkunjung wisatawan di Desa Wisata Batulayang Cisarua, Kabupaten Bogor. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1), 1266-1284. <https://doi.org/10.54783/jser.v6i1.422>
- Durotun, H. (2023). PENGARUH DAYA TARIK WISATA, LOKASI, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG PADA OBYEK WISATA WADUK CENGKLIK KABUPATEN

BOYOLALI (Studi pada Pengunjung Obyek Wisata Waduk Gengklik). *Skripsi, UIN Raden Mas Said Surakarta*, 12(1), 43–49.

Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Godes, D., & Mayzlin, D. (2004). *Using online conversations to measure word of mouth communication*. *Marketing Science*, 23(4), 545-560. <https://doi.org/10.1287/mksc.1040.0071>

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.

Hapsara, O., & Ahmadi, A. (2022). Analisis Keputusan Berkunjung Melalui Minat Berkunjung: Citra Destinasi Dan Aksesibilitas Pada Geopark Merangin Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(01), 64–76. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.14802>.

Hari, A. (2018). Indikator keputusan berkunjung dalam pariwisata. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 5(2), 45-56. <https://doi.org/10.12345/jip.v5i2.6789>

Harsasi, M. (2006). *Word of mouth dalam industri jasa: Kaitannya dengan sikap dan kemungkinan membeli*. *Jurnal Bisnis Strategi*, 15(1), 31-45.

Hidayat, M. (2017). Analisis Indikator Aksesibilitas Wisata: Suatu Tinjauan Teoretis. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 11*(2), 20-30.

Huryati, N. (2015). Pengaruh faktor-faktor terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata. <https://doi.org/10.12345/huryati2015>

Ibnu, S. H. (2016). Aksesibilitas dan pengembangan pariwisata: Studi kasus di *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi*, 1(2), 45-58.

Isnaini, N., & Abdillah, M. (2018). Keputusan berkunjung wisatawan: Indikator dan pengaruhnya terhadap kepuasan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 123-135.

Karini, R. (2019). Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 8(4), 123-135. <https://doi.org/10.28926/jmb.v8i4.1639>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principles of Marketing*. Prentice Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14th ed.). Pearson Education.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Kuncoro, M. (2004). *Metode penelitian untuk bisnis dan ekonomi*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Mei Diawati, M., & Midawati, M. (2016). Uji heteroskedastisitas dengan menggunakan scatterplot. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Putra, I. P. (2021). Pengaruh media sosial terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Kota Pekanbaru. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 247-258
- Robustin, A. (2020). Keputusan berkunjung dalam pariwisata: Adaptasi dari konsep keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 5(1), 23-34. <https://doi.org/10.12345/jip.v5i1.1234>
- Rokhayah, E., & Andriana, A. N. (2021). Pengaruh daya tarik wisata, fasilitas, dan aksesibilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di Pantai Istana Amal Kabupaten Penajam Paser Utara. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 10-18
- Ruray, E., & Pratama, I. (2020). Aksesibilitas sebagai faktor penentu dalam pengembangan pariwisata. *Jurnal Plano Buana*, 1(2), 78-85.
- Sammeng, A. M. (2000). *Cakrawala pariwisata*. Jakarta: Ghalia.
- Sarjono. (2013). *Metode penelitian dan analisis data*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer behavior* (10th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Siwi, A., & Maskur, M. (2022). Pengaruh komunikasi pemasaran terhadap penyebaran informasi produk. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran*, 5(1), 45-60
- Soekadijo, M. (2003). *Aksesibilitas dan pengembangan pariwisata*. Yogyakarta
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2019). Bab iii metoda penelitian. *Jurnal Akuntansi Dan*

Keuangan, 3, 1–9.

Sutisna, U. (2012). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Jakarta

Susumaningsih, S., & Purnawan, A. (2020). Dimensi aksesibilitas dalam pengembangan pariwisata. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 5(1), 15-25.

Umi Nurchomariyah, & Aditya Liliyan. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksesibilitas, Fasilitas, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Umbul Ponggok. *JURNAL PIJAR Studi Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 342–355.

Unaida, A. (2019). Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Pantai Gemah Tulungagung. Universitas Brawijaya. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/172016/1/Ilham%20Setyanto.pdf>

Tamin, O. Z. (2000). Aksesibilitas: Konsep dan aplikasinya dalam pengembangan pariwisata. Jakarta

Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian* (Edisi 3). Yogyakarta: Andi Offset

Walker, H. (2001). Indikator *Word of Mouth* dalam Konteks Pemasaran. *Jurnal Psikologi dan Komunikasi*, XVIII(I), 34-42.

Widiastutik, A. (2019). Pengaruh daya tarik wisata, aksesibilitas, dan fasilitas terhadap keputusan berkunjung wisatawan di objek wisata Pantai Kuta. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 2(1), 45-58.

Yolanda, F. (2017). Pengaruh daya tarik wisata terhadap keputusan berkunjung ke objek wisata Alahan Panjang Resort Danau Diatas Kabupaten Solok. *Jurnal Amenitas*, 1(1), 45-56.

Zahra Laswati, H. Muharam, & S. Hartini. (2024). Pengaruh Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Agro Eduwisata Organik Mulyaharja. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 24(1), 1-12.

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH AKSESIBILITAS DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI WISATA KAMPUNG DURIAN BENGKULU TENGAH

Responden Yang Terhormat,

Perkenalkan.

Nama : Widia Liskiana Putri

Npm : 2161201086

Prodi : Manajemen

Dalam rangka penyusunan skripsi yang menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Saya menyebarkan Kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai Pengaruh Aksesibilitas Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Berkunjung Di Wisata Kampung Durian Bengkulu Tengah

Maka dengan itu saya mohon bantuan dan kesediaan saudara/i untuk menjawab dan memberi penilaian dari beberapa pernyataan pada kuesioner berikut ini dengan sebenar – benarnya berdasarkan atas apa yang saudara/i rasakan.

Jawaban yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berharga bagi penelitian saya dan akan memberikan banyak manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu atas kesediaan dan bantuan dari saudara/i Saya ucapkan Terima Kasih.

A. Identitas Responden

- a. Nama :
- b. Jenis Kelamin : ☐ Laki Laki ☐ Perempuan
- c. Usia
- | | |
|--|--|
| ☐ 15 – 25 Tahun | ☐ 36 – 40 Tahun |
| ☐ 26 - 35 Tahun | ☐ ≥ 41 Tahun |
- d. Pekerjaan :
- | | |
|-------------------------------------|--------------------------------------|
| ☐ Pelajar | ☐ Peg.Negeri |
| ☐ Mahasiswa | ☐ Lain - Lain |
| ☐ Peg.Swasta | |

B. Petunjuk Pengisian

Mohon kesediaan saudara/saudari yang telah berkunjung lebih dari satu kali untuk menjawab pernyataan di bawah ini dengan memberilah tanda (.) pada salah satu jawaban yang tersedia dengan kriteria pengukuran yaitu:

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

Aksesibilitas

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Akses Informasi						
1.	Informasi tentang wisata Kampung Durian dapat di ketahui lewat website					
Akses Jalan						
2.	Kondisi jalan menuju wisata Kampung Durian sudah beraspal baik					
Akses Lokasi						
3.	Terdapat papan penunjuk jalan yang jelas untuk menuju ke wisata Kampung Durian					

Word Of Mouth (WOM)

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Talking						
1.	Saya menginformasikan kepada orang lain tentang wisata Kampung Durian					
Promoting						
2.	Saya mendapat rekomendasi tentang wisata Kampung Durian dari orang lain					
Selling						
3.	Saya merasa tertarik untuk berkunjung ke wisata Kampung Durian saat mendengar dari orang lain					

Keputusan Berkunjung

NO	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Pengenalan Masalah						
1.	Rutinitas padat membuat saya membutuhkan rekreasi					
Pencarian Informasi						
2.	Saya mencari informasi terlebih dahulu sebelum berkunjung ke wisata Kampung Durian					
Evaluasi Alternatif						
3.	Saya memutuskan memilih berkunjung di wisata Kampung Durian setelah mengetahui kelebihan wisata ini					
Keputusan Pembelian						
4.	Saya merasa yakin berkunjung ke wisata Kampung Durian sebagai pilihan yang tepat untuk rekreasi					

Perilaku Setelah Pembelian						
5.	Saya merasa puas dan akan melakukan kunjungan kembali ke wisata Kampung Durian					

Lampiran Tabulasi Data Aksesibilitas (X₁)

Responden	Pernyataan			Jumlah
	1	2	3	
1	5	4	4	13
2	1	2	3	6
3	4	2	4	10
4	4	4	5	13
5	4	4	4	12
6	5	1	5	11
7	3	3	5	11
8	4	4	4	12
9	5	4	5	14
10	4	1	4	9
11	4	4	4	12
12	2	2	5	9
13	4	3	4	11
14	5	5	5	15
15	3	1	4	8
16	5	3	5	13
17	5	4	5	14
18	4	3	4	11
19	4	2	3	9
20	4	4	4	12
21	4	4	5	13
22	5	3	5	13
23	4	3	5	12
24	4	4	4	12
25	5	3	4	12
26	5	4	4	13
27	4	4	4	12
28	4	2	5	11
29	4	4	4	12
30	5	5	5	15
31	5	5	5	15
32	5	5	5	15
33	4	5	5	14
34	4	5	3	12
35	5	5	5	15
36	1	2	3	6
37	4	4	4	12
38	4	4	4	12
39	5	4	4	13
40	2	1	3	6
41	3	1	3	7
42	5	1	2	8

43	3	3	1	7
44	3	4	4	11
45	4	5	4	13
46	4	2	4	10
47	3	3	5	11
48	3	3	5	11
49	5	4	5	14
50	3	3	5	11
51	4	3	4	11
52	3	3	4	10
53	4	3	3	10
54	5	2	3	10
55	4	2	4	10
56	3	3	3	9
57	4	3	3	10
58	3	3	4	10
59	2	2	3	7
60	3	3	4	10
61	2	2	3	7
62	3	3	4	10
63	3	3	4	10
64	2	2	3	7
65	3	3	3	9
66	3	3	3	9
67	2	2	2	6
68	4	3	3	10
69	3	3	4	10
70	3	3	3	9
71	4	3	3	10
72	5	2	2	9
73	3	3	3	9
74	3	3	3	9
75	3	3	3	9
76	4	2	4	10
77	4	3	3	10
78	4	2	4	10
79	3	2	4	9
80	4	4	4	12
81	5	3	4	12
82	3	3	4	10
83	2	3	4	9
84	4	4	2	10
85	4	4	4	12
86	3	3	3	9

87	3	2	4	9
88	3	3	3	9
89	3	3	3	9
90	4	4	4	12
91	4	2	3	9
92	4	2	4	10
93	4	2	3	9
94	4	4	4	12
95	4	3	3	10
96	3	3	3	9
97	4	4	4	12
98	4	3	4	11
100	3	3	3	9
101	4	3	4	11
102	4	2	2	8
103	3	3	3	9
104	2	2	2	6
105	2	2	2	6
106	4	2	2	8
107	5	3	3	11
108	5	2	4	11
109	4	4	4	12
110	2	2	2	6

Lampiran Tabulasi Data *Word Of Mouth* (X₂)

Responden	Pernyataan			Jumlah
	1	2	3	
1	2	3	3	8
2	4	5	1	10
3	4	4	5	13
4	3	5	4	12
5	3	4	3	10
6	5	5	5	15
7	4	5	4	13
8	4	4	5	13
9	4	3	4	11
10	3	5	4	12
11	2	3	3	8
12	3	4	3	10
13	3	3	3	9
14	4	5	5	14
15	3	5	5	13
16	3	3	3	9
17	3	4	4	11
18	4	4	4	12
19	4	4	5	13
20	5	5	5	15
21	4	5	4	13
22	5	4	4	13
23	4	4	4	12
24	4	4	4	12
25	5	5	4	14
26	4	4	5	13
27	4	5	4	13
28	4	5	5	14
29	4	4	4	12
30	5	5	5	15
31	5	5	5	15
32	5	5	5	15
33	5	4	4	13
34	5	5	4	14
35	4	5	5	14
36	4	5	1	10
37	3	3	3	9
38	3	3	3	9
39	4	4	5	13
40	5	3	3	11
41	1	2	1	4
42	1	1	2	4

43	1	2	3	6
44	1	4	2	7
45	3	4	3	10
46	4	4	4	12
47	5	5	4	14
48	4	4	5	13
49	4	5	4	13
50	5	5	5	15
51	5	5	5	15
52	4	5	5	14
53	5	5	5	15
54	5	5	5	15
55	3	3	3	9
56	3	3	4	10
57	5	5	5	15
58	4	3	4	11
59	4	3	4	11
60	4	4	4	12
61	4	4	4	12
62	4	4	4	12
63	4	4	4	12
64	3	3	3	9
65	3	3	3	9
66	3	3	3	9
67	4	4	4	12
68	3	3	3	9
69	4	4	4	12
70	3	3	3	9
71	3	2	4	9
72	4	4	4	12
73	3	3	3	9
74	3	3	3	9
75	3	3	3	9
76	2	2	4	8
77	5	5	5	15
78	3	4	4	11
79	3	4	3	10
80	3	3	3	9
81	3	4	5	12
82	5	4	5	14
83	5	4	3	12
84	4	4	3	11
85	4	4	4	12
86	3	3	3	9

87	3	4	4	11
88	3	3	3	9
89	3	3	3	9
90	4	4	4	12
91	3	4	4	11
92	4	4	4	12
93	4	4	4	12
94	4	4	4	12
95	4	4	4	12
96	4	3	4	11
97	4	4	4	12
98	3	4	4	11
100	3	3	3	9
101	3	4	4	11
102	2	3	4	9
103	4	4	4	12
104	5	5	5	15
105	5	5	5	15
106	3	3	5	11
107	4	5	5	14
108	2	4	4	10
109	4	4	4	12
110	5	5	5	15

Lampiran Tabulasi Data Keputusan Berkunjung (Y)

Responden	Pernyataan					Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	2	5	4	4	2	17
2	2	3	4	5	3	17
3	5	5	4	4	5	23
4	5	3	4	4	2	18
5	5	4	5	4	5	23
6	5	5	5	5	3	23
7	5	3	5	2	3	18
8	5	5	4	5	5	24
9	4	4	4	4	3	19
10	4	5	4	4	2	19
11	3	3	3	5	3	17
12	3	5	4	4	5	21
13	3	3	3	3	3	15
14	4	5	5	5	3	22
15	4	5	3	3	2	17
16	4	5	5	5	3	22
17	3	5	4	4	3	19
18	3	4	4	4	5	20
19	4	4	5	4	1	18
20	5	4	5	5	3	22
21	5	4	5	4	5	23
22	5	5	4	5	3	22
23	4	4	4	4	5	21
24	4	4	4	4	3	19
25	5	5	5	4	5	24
26	5	4	5	5	5	24
27	5	5	4	5	3	22
28	5	4	4	5	5	23
29	4	4	4	4	5	21
30	5	5	5	5	5	25
31	5	5	5	5	4	24
32	5	5	5	5	4	24
33	4	5	5	4	4	22
34	5	5	4	5	4	23
35	4	4	4	4	4	20
36	2	3	4	5	4	18
37	3	3	3	3	5	17
38	5	5	5	5	3	23
39	5	5	4	4	3	21
40	3	1	5	2	5	16
41	4	5	4	1	3	17
42	3	1	2	1	5	12

43	2	2	4	4	4	16
44	1	2	1	3	5	12
45	3	3	4	3	4	17
46	4	4	4	4	4	20
47	5	4	5	4	4	22
48	4	4	4	5	4	21
49	5	5	3	3	4	20
50	5	5	4	5	5	24
51	5	4	5	5	5	24
52	5	4	5	4	3	21
53	3	4	4	4	3	18
54	4	5	4	4	5	22
55	4	5	4	3	5	21
56	4	4	4	4	3	19
57	5	5	5	5	4	24
58	5	4	4	3	5	21
59	3	4	4	3	4	18
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	3	19
62	4	4	4	4	5	21
63	4	4	4	4	5	21
64	3	3	3	3	4	16
65	3	3	3	3	5	17
66	3	3	3	3	5	17
67	4	4	4	4	3	19
68	3	3	3	3	4	16
69	4	4	4	4	5	21
70	3	3	3	3	5	17
71	4	3	3	3	3	16
72	4	4	4	4	4	20
73	3	3	3	3	3	15
74	3	3	3	3	5	17
75	3	3	3	3	5	17
76	4	4	2	3	3	16
77	5	5	5	5	3	23
78	3	4	4	3	3	17
79	5	4	3	3	5	20
80	3	4	3	3	3	16
81	3	4	5	4	5	21
82	5	2	4	5	3	19
83	3	4	5	5	5	22
84	3	3	3	4	3	16
85	4	4	4	4	5	21
86	3	3	3	3	3	15

87	4	4	4	4	3	19
88	3	3	3	3	5	17
89	3	3	3	3	5	17
90	4	4	4	4	5	21
91	4	4	4	3	3	18
92	4	4	4	4	3	19
93	4	4	4	4	3	19
94	4	4	4	4	4	20
95	4	4	4	4	4	20
96	3	4	3	3	3	16
97	4	4	4	4	4	20
98	3	4	4	3	4	18
100	3	3	3	3	5	17
101	4	4	4	4	5	21
102	5	5	5	5	5	25
103	4	4	4	4	3	19
104	5	5	5	5	3	23
105	5	5	5	5	3	23
106	5	5	5	5	3	23
107	5	5	5	5	3	23
108	4	2	4	5	5	20
109	4	4	4	4	5	21
110	5	5	5	5	3	23

Lampiran Hasil Uji Validitas Aksesibilitas (X₁)

Correlations

		Aksesibilitas 1	Aksesibilitas 2	Aksesibilitas 3	Total Aksesibilitas
Aksesibilitas 1	Pearson Correlation	1	.404**	.402**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110
Aksesibilitas 2	Pearson Correlation	.404**	1	.424**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110
Aksesibilitas 3	Pearson Correlation	.402**	.424**	1	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110
Total Aksesibilitas	Pearson Correlation	.775**	.783**	.756**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110

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

Lampiran Hasil Uji Validitas *Word Of Mouth* (X₂)

Correlations

		Word Of Mouth 1	Word Of Mouth 2	Word Of Mouth 3	Total Word Of Mouth
Word Of Mouth 1	Pearson Correlation	1	.688**	.585**	.884**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110
Word Of Mouth 2	Pearson Correlation	.688**	1	.542**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110
Word Of Mouth 3	Pearson Correlation	.585**	.542**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110
Total Word Of Mouth	Pearson Correlation	.884**	.860**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110

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

Lampiran Hasil Uji Validitas Keputusan Berkunjung (Y)

		Correlations					
		Keputusan Berkunjung 1	Keputusan Berkunjung 2	Keputusan Berkunjung 3	Keputusan Berkunjung 4	Keputusan Berkunjung 5	Total Keputusan Berkunjung
Keputusan Berkunjung 1	Pearson Correlation	1	.577**	.559**	.473**	.091	.783**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.347	.000
	N	110	110	110	110	110	110
Keputusan Berkunjung 2	Pearson Correlation	.577**	1	.540**	.503**	.170	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.075	.000
	N	110	110	110	110	110	110
Keputusan Berkunjung 3	Pearson Correlation	.559**	.540**	1	.668**	.078	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.418	.000
	N	110	110	110	110	110	110
Keputusan Berkunjung 4	Pearson Correlation	.473**	.503**	.668**	1	.118	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.221	.000
	N	110	110	110	110	110	110
Keputusan Berkunjung 5	Pearson Correlation	.091	.170	.078	.118	1	.202
	Sig. (2-tailed)	.347	.075	.418	.221		.005
	N	110	110	110	110	110	110
Total Keputusan Berkunjung	Pearson Correlation	.783**	.725**	.779**	.738**	.202	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.005	
	N	110	110	110	110	110	110

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

Lampiran Hasil Uji Reliabilitas Aksesibilitas (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.659	3

Lampiran Hasil Uji Reliabilitas Word Of Mouth (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.814	3

Lampiran Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Berkunjung (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.624	5

Lampiran Hasil Pengujian Data Karakteristik Responden

jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	41	37.3	37.3	37.3
	perempuan	69	62.7	62.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-25 tahun	81	73.6	73.6	73.6
	35-40 tahun	11	10.0	10.0	83.6
	- 35 tahun	4	3.6	3.6	87.3
	> 40 tahun	14	12.7	12.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	pelajar	12	10.9	10.9	10.9
	mahasiswa	53	48.2	48.2	59.1
	peg.negeri	11	10.0	10.0	69.1
	peg.swasta	10	9.1	9.1	78.2
	lain-lain	24	21.8	21.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Lampiran Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.90024257
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.089
	Negative	-.053
Test Statistic		.089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.033 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran Hasil Uji Multikolineritas

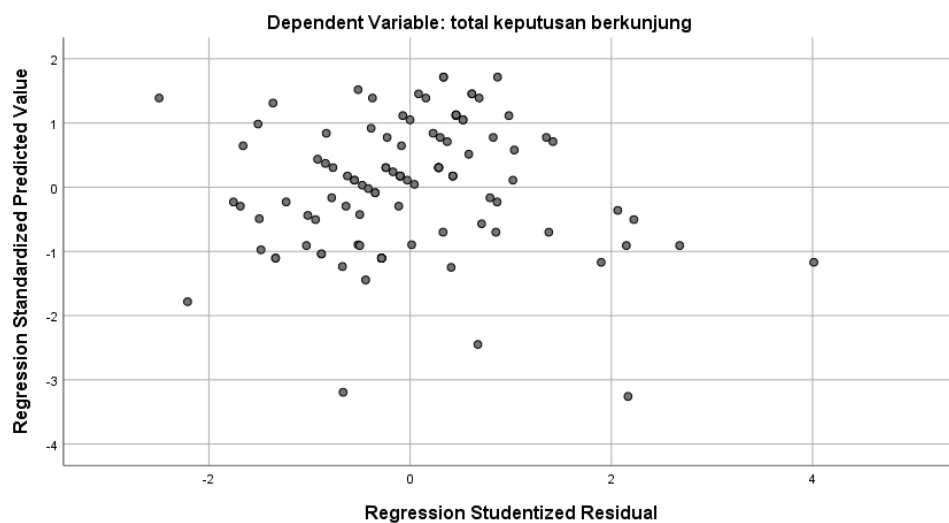
Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.772	1.109		7.907	.000		
	total aksesibilitas	.239	.087	.206	1.749	.000	.910	1.098
	total word of mouth	.839	.082	.698	10.198	.000	.910	1.098

a. Dependent Variable: total keputusan berkunjung

Lampiran Hasil Uji Heteroskedasitas

Scatterplot



Lampiran Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.772	1.109		7.907	.000
	total aksesibilitas	.239	.087	.206	1.749	.000
	total word of mouth	.839	.082	.698	10.198	.000

a. Dependent Variable: total keputusan berkunjung

Lampiran Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 ^a	.543	.535	1.918

a. Predictors: (Constant), total word of mouth, total aksesibilitas

b. Dependent Variable: total keputusan berkunjung

Lampiran Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.772	1.109		7.907	.000
	total aksesibilitas	.239	.087	.206	1.749	.000
	total word of mouth	.839	.082	.698	10.198	.000

a. Dependent Variable: total keputusan berkunjung

Lampiran Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	468.128	2	234.064	63.632	.000 ^b
	Residual	393.590	107	3.678		
	Total	861.718	109			

a. Dependent Variable: total keputusan berkunjung

b. Predictors: (Constant), total word of mouth, total aksesibilitas

Lampiran Distribusi Jawaban Responden

aksesibilitas 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.8	1.8	1.8
	TS	12	10.9	10.9	12.7
	N	30	27.3	27.3	40.0
	S	45	40.9	40.9	80.9
	SS	21	19.1	19.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

aksesibilitas 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	4.5	4.5	4.5
	TS	31	28.2	28.2	32.7
	N	42	38.2	38.2	70.9
	S	25	22.7	22.7	93.6
	SS	7	6.4	6.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

aksesibilitas 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.9	.9	.9
	TS	10	9.1	9.1	10.0
	N	32	29.1	29.1	39.1
	S	47	42.7	42.7	81.8
	SS	20	18.2	18.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

total aksesibilitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	8	7.3	7.3	7.3
	7	5	4.5	4.5	11.8
	8	5	4.5	4.5	16.4
	9	22	20.0	20.0	36.4
	10	20	18.2	18.2	54.5
	11	14	12.7	12.7	67.3
	12	21	19.1	19.1	86.4
	13	7	6.4	6.4	92.7
	14	4	3.6	3.6	96.4
	15	4	3.6	3.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

word of mouth 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	3.6	3.6	3.6
	TS	4	3.6	3.6	7.3
	N	35	31.8	31.8	39.1
	S	45	40.9	40.9	80.0
	SS	22	20.0	20.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

word of mouth 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.9	.9	.9
	TS	4	3.6	3.6	4.5
	N	28	25.5	25.5	30.0
	S	47	42.7	42.7	72.7
	SS	30	27.3	27.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

word of mouth 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	2.7	2.7	2.7
	TS	2	1.8	1.8	4.5
	N	28	25.5	25.5	30.0
	S	47	42.7	42.7	72.7
	SS	30	27.3	27.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

total word of mouth

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	2	1.8	1.8	1.8
	6	1	.9	.9	2.7
	7	1	.9	.9	3.6
	8	2	1.8	1.8	5.5
	9	20	18.2	18.2	23.6
	10	9	8.2	8.2	31.8
	11	12	10.9	10.9	42.7
	12	28	25.5	25.5	68.2
	13	12	10.9	10.9	79.1
	14	9	8.2	8.2	87.3
	15	14	12.7	12.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

keputusan berkunjung 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.9	.9	.9
	TS	4	3.6	3.6	4.5
	N	30	27.3	27.3	31.8
	S	40	36.4	36.4	68.2
	SS	35	31.8	31.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

keputusan berkunjung 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.8	1.8	1.8
	TS	4	3.6	3.6	5.5
	N	22	20.0	20.0	25.5
	S	49	44.5	44.5	70.0
	SS	33	30.0	30.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

keputusan berkunjung 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.9	.9	.9
	TS	2	1.8	1.8	2.7
	N	22	20.0	20.0	22.7
	S	56	50.9	50.9	73.6
	SS	29	26.4	26.4	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

keputusan berkunjung 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1.8	1.8	1.8
	TS	2	1.8	1.8	3.6
	N	29	26.4	26.4	30.0
	S	46	41.8	41.8	71.8
	SS	31	28.2	28.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

keputusan berkunjung 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	.9	.9	.9
	TS	4	3.6	3.6	4.5
	N	42	38.2	38.2	42.7
	S	22	20.0	20.0	62.7
	SS	41	37.3	37.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

total keputusan berkunjung

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12	2	1.8	1.8	1.8
	15	3	2.7	2.7	4.5
	16	9	8.2	8.2	12.7
	17	16	14.5	14.5	27.3
	18	8	7.3	7.3	34.5
	19	13	11.8	11.8	46.4
	20	11	10.0	10.0	56.4
	21	16	14.5	14.5	70.9
	22	9	8.2	8.2	79.1
	23	13	11.8	11.8	90.9
	24	8	7.3	7.3	98.2
	25	2	1.8	1.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Lampiran 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

Lampiran t Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran F Tabel

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	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74