

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Purwanto, P. (2020). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee ID. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 2(2), 34. <https://doi.org/10.47201/jamin.v2i2.51>
- Afifah Yuliarahma, & Andri Nurtantiono. (2022). Analisis Pengaruh Brand Image, Price Discount, Package Bonuses Dan Kualitas Produk Terhadap Impulse Buying Pada Produk Oriflame. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(4), 441–452. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i4.4451>
- Apriliyani, R., Rahadhini, M. D., & Susanti, R. (2020). PENGARUH PRICE DISCOUNT DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP EMOTIONAL SHOPPING DAN IMPULSE BUYING (Survei pada Konsumen Hypermart Grand Mall di Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 19(1), 22–33. <https://doi.org/10.33061/jeku.v19i1.3946>
- Astana, I. G. M. O. (2016). Shopping lifestyle dan price discount Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Konsumen Alfamart Ngurah Rai Singaraja). *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 84–99.
- Baskara, I. B. (2015). Pengaruh Potongan Harga (Discount) Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) (studi pada pengunjung Matahari Department Store Johar Plaza Jember). *Manajemen Bisnis*, 6(1), 6.
- Belch, George E, Belch, Michael A. 2009. Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communication Perspective. 8th Edition. New York : McGraw-Hill.
- Diah, S., & Sukmawati, C. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan (Sales Promotion) Dan Belanja Hedonis (Hedonic Shopping) Terhadap Impulse Buying Secara Online. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.29103/njiab.v5i1.7375>
- Edwin Japariato, & Sugiono Sugiharto. (2011). Pengaruh Shopping Life Style Dan Fashion Involvement Terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6(1), 32–41. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/mar/article/view/18388>
- Febri, D. M., Sari, P., Ayu, I., & Pidada, I. (2019). Hedonic Shopping Motivation, Shopping Lifestyle, Price Reduction toward Impulse Buying Behavior in Shopping Center. *International Journal of Business, Economics & Management*, 3(1), 48–54. <https://doi.org/10.31295/ijbem.v3n1.114>

- Ghozali, (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. semarang: Badan penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS (Semarang, Indonesia: Badan Penerbit Universitas Diponegoro).
- Gunadhi, E. C., & Japariato, E. (2015). Analisis Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Melalui Shopping Lifestyle dan Emotual Response Sebagai Variabel Intervening pada The Body Shop Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1–9.
- Hasim, M., & Lestari, R. B. (2022). Pengaruh Potongan Harga, Motivasi Belanja Hedonis, E-WOM Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Impulse Buying Di Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(1), 59–69.
- Hausman, A. (2000). A multi-method investigation of consumer motivations in impulse buying behavior. *Journal of Consumer Marketing*, 17(5), 403–419. <https://doi.org/10.1108/07363760010341045>
- Hidayat, R., & Tryanti, I. K. (2018). Pengaruh Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying Mahasiswa. *Journal of Applied Business Administration*, 2(2), 174–180.
- Hidayati, N., & Nuvriasari, A. (2023). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja, Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Di Outlet H&M Hartono Mall Yogyakarta. *Manajemen Dewantara*, 7(2), 366–377. <https://doi.org/10.30738/md.v7i2.15265>
- Hursepuny, C. V., & Oktafani, F. (2018). The Influence of Hedonic Shopping Motivation and Shopping Lifestyle on Impulse Buying at Consumers Shopee_Id. *E-Proceeding of Management*, 5(1), 1041–1048.
- Ittaqullah, N., Madjid, R., & Suleman, N. R. (2020). The effects of mobile marketing, discount, and lifestyle on consumers' impulse buying behavior in online marketplace. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 1569–1577.
- Japariato, E dan Sugiharto, S. (2012). Pengaruh Shopping Life Style dan Fashion Involvement Terhadap Impulsif Buying Behavior Masyarakat di kota denpasar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 6 (1)April, pp. 32-4.

- Kosyu, D. A. (2014). *Pengaruh Hedonic Shopping Motives Terhadap Shopping Lifestyle dan Impulse Buying (Survei pada Pelanggan Outlet Stradivarius di Galaxy Mall Surabaya)*. 14(2), 1–7.
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kusumandaru, A. V. (2017). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack dan In-Store Display terhadap Impluse Buying Matahari. *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Maharani, T. J., Agustin, N. K. Y., & Aditya, D. (2023). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Kualitas Website Dan Keberagaman Produk Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Miniso Pada Website Shopee Di Surabaya Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 102–109.
- Maidah, E. Al, & Sari, D. K. (2022). Pengaruh Price Discount, Fashion Involvement dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying pada Pengguna Brand ERIGO Apparel di Sidoarjo. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 19(2), 165. <https://doi.org/10.30651/blc.v19i2.13014>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*, edisi 5. *Erlangga: Jakarta*.
- Noor, Z. Z. (2020). the Effect of Price Discount and in-Store Display on Impulse Buying. *Sosiohumaniora*, 22(2), 133–139. <https://doi.org/10.24198/sosiohumaniora.v22i2.26720>
- Nurtanio, I. N., Bursan, R., Wiryawan, D., & Listiana, I. (2022). Influence of Shopping Lifestyle and Hedonic Shopping Motivation on Impulse Buying in Bukalapak E-Commerce (Study on Bukalapak Consumers in Bandar Lampung). *Takfirul Iqtishodiyah (Jurnal Pemikirann Ekonomi Syariah)*, 2(2), 1–28. <http://ejournal.stisdulamtim.ac.id/index.php/JTI>
- Nurul Azmi. (2023). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Perilaku Impulse Buying. *JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 2(1), 0–6. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v2i1.527>
- Pada, B., Oriflame, P., & Kota, D. I. (2017). 5. *Nurus*. II(3), 483–493.
- Paramita, N. (2015). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonik Terhadap Pembelian Impulsif Konsumen Matahari Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(1), 1–17.
- Park, E. J., Kim, E. Y., & Forney, J. C. (2006). A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior. *Journal of Fashion Marketing and*

Management, 10(4), 433–446. <https://doi.org/10.1108/13612020610701965>

Park, H. H., & Sullivan, P. (2009). Market segmentation with respect to university students' clothing benefits sought: Shopping orientation, clothing attribute evaluation, and brand repatronage. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 37(2), 182–201.
<https://doi.org/10.1108/09590550910934308>

Pasaribu, L. O., & Dewi, C. K. (2015). 1486-3129-1-Pb. *Bina Ekonomi*, 19(72), 159–170.
<https://journal.unpar.ac.id/index.php/BinaEkonomi/article/view/1486>

Pasaribu, R. M., & Siahaan, A. A. (2023). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation, Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Produk Fashion Dikalangan Generasi Z Di Kota Medan. *Journal Business and Management*, 1(1), 54–64.
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/3572>

Purnomo, H., & Riani, L. P. (2018). Analisis Hedonic Shopping Motives Terhadap Impulse Buying Toko Daring pada Masyarakat Kota Kediri. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2, 68–88.
<https://doi.org/10.25139/ekt.v2i1.719>

Putri, R. andika, & Winarno. (2019). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack Dan in Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Chandra Pringsewu Tahun 2016. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen*, 10(01), 28–43.

Rahmasari, L. (2010). Menciptakan Impulse Buying. *Majalah Ilmiah Informatika*, 1(3), 56–68.

Rahmawati, N. T. (2018). Pengaruh Hedonic Shopping Value dan Shopping Lifestyle terhadap Impulse Buying dengan Emosi Positif sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 3(1), 1–12.

Ramadhan, A. W., & Ekasari, N. (2022). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pada Pelanggan Alfamart Di Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(02), 354–367.
<https://doi.org/10.22437/jmk.v10i02.14101>

Risma, S., & Sukmawati, C. (2023). Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying Pada Aplikasi Shopee Indonesia. *Negotium: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(1), 14. <https://doi.org/10.29103/njiab.v6i1.8248>

Sampurno, T. P., & Winarso, W. (2015). Pengaruh Motivasi Hedonis , Browsing dan Gaya Belanja Terhadap Pembelian Impulsif Pada Toko Online Shop (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).

Manajemen Bisnis, 6(1), 255–270.

Sari, D. R., & Faisal, I. (2018). Pengaruh Price Discount, Bonus Pack, Dan in-Store Display Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Giant Ekstra Banjar. *Jurnal Sains Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 51–60.

Schiffman, L. G. & Kanuk, L.L. (2000). *Consumer Behavior*. 7th edition. Prentice-Hall International, Inc.

Sugiyono, (2009). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: CV. ALFABETA

Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : CV. ALFABETA.

Suhartini, Y. I., Rodhiyah, & Listyorini, S. (2016). Pengaruh Shopping Lifestyle, Fashion Involvement, Dan Hedonic Shopping Motivation Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1), 1–10.

Tirmizi, M. A., Kashif-Ur-Rehman, & Saif, M. I. (2009). An empirical study of consumer impulse buying behavior in local markets. *European Journal of Scientific Research*, 28(4), 522–532.

Wafiroh, Z., Sumowo, S., & Setianingsih, W. E. (2020). Peran Hedonic Shopping Motives Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen Produk Fashion Umama Gallery Jember. *Respository Universitas Muhammadiyah Jember*, 1–10.

Wahyudi, S. (2017). Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying. *Jurnal Akuntansi*, 11(2).

Wahyuni, D. F., & Rachmawati, I. (2018). Hedonic shopping motivation terhadap impulse buying pada konsumen Tokopedia. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 11(2), 2580–9539.

Wardah, N. A., & Harti, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja Dan Promosi Penjualan Terhadap Pembelian Impulsif Avoskin Di Shopee. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 8(2), 145–166. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v8i2.2090>

L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Price Discount, Motivasi Belanja Hedonis dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse buying di Toko Galery RJ Kota Bengkulu

Sehubung dengan adanya kegiatan penelitian yang peneliti lakukan, maka dengan ini peneliti memohon kesediaan saudara/I agar sudi kiranya meluangkan waktu untuk membaca dan kemudian mengisi daftar pertanyaan kuesioner ini semata-mata untuk keperluan peneliti sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang sarjana (S1).

Sehubungan dengan hal tersebut, maka kebenaran dan kelengkapan jawaban yang saudara/I berikan akan sangat membantu bagi peneliti, dan selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang penulis lakukan. Atas partisipasi, perhatian dan kesediaan saudara/I dalam mengisi daftar pertanyaan kuesioner ini, peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Elva Gusstiaeni Nengsi

I. IDENTITAS PENELITIAN

Nama : Elva Gustiaeni Nengsi
NPM : 2161201027
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Bengkulu

II. IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin

- a. Laki-laki : ☐
b. Perempuan : ☐

2. Umur

- a. 17 – 20 Tahun : ☐
b. 21 – 30 Tahun : ☐
c. 31-40 Tahun : ☐

3. Pekerjaan

- a. Pelajar/Mahasiswa : ☐
b. PNS : ☐
c. Wiraswasta : ☐
d. Lainnya : ☐

4. Apakah anda pernah berbelanja di Toko Galery RJ

- a. YA : ☐
b. TIDAK : ☐

III. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Beri jawaban atas pernyataan berikut ini sesuai dengan pendapat dan pengalaman anda, dengan cara memberi tanda (✓) pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

RR : Ragu-Ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

KUESIONER PENELITIAN

Variabel *Impulse Buying* (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Spontanitas						
1.	Saya merasa secara spontan ketika membeli produk fashion di Toko Galery RJ					
Pembelian tanpa berpikir akibatnya						
2.	Saya berbelanja tanpa memikirkan uang yang harus saya keluarkan					
Pembelian dipengaruhi keadaan emosional						
3.	Saya cenderung membeli lebih banyak produk fashion di Toko Galery RJ dari pada yang saya rencanakan					
Pembelian dipengaruhi penawaran menarik						
4.	Saya melakukan pembelian produk fashion di Toko Galery RJ karena terdorong melihat orang lain memakai					
5.	Saya senang berbelanja produk fashion di Toko Galery RJ ketika diadakan diskon besar-besaran					
6.	Saya mengalami kesulitan mengendalikan keinginan saya untuk membeli ketika saya melihat tawaran yang bagus dan menarik					

Sumber : Sifa Bunaya, 2023

Variabel Price Discount (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Besarnya Potongan Harga						
1.	Konsumen akan membeli suatu produk di Toko Galery RJ yang mendapatkan potongan harga lebih besar					
2.	Konsumen membeli produk dalam jumlah lebih banyak jika harga produk di Toko Galery RJ diberikan potongan harga sehingga lebih rendah dari harga normal					
Masa Potongan Harga						
3.	Konsumen selalu cepat membeli suatu produk di Toko Galery RJ yang menawarkan potongan harga					
4.	Konsumen lebih sering membeli produk di Toko Galery RJ yang selalu memberikan potongan harga					
Jenis produk yang mendapatkan potongan harga						
5.	Kosumen memiliki produk favorit, tetapi konsumen lebih sering membeli produk yang menawarkan potongan harga					

Sumber : Elis Fitrianti, 2024

Variabel Motivasi Belanja Hedonis (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Berbelanja merupakan pengalaman yang menarik.						
1.	Berbelanja adalah pengalaman yang sangat menarik					
Berbelanja adalah alternatif untuk mengatasi kebosanan.						
2.	Berbelanja merupakan salah satu alternatif untuk mengatasi kebosanan					
Konsumen lebih suka berbelanja selain untuk diri mereka sendiri.						
3.	Konsumen lebih suka berbelanja untuk dirinya sendiri					
Konsumen lebih menyukai tempat belanja yang menawarkan diskon dan harga yang murah.						
4.	Suka belanja yang menawarkan diskon dan harga murah					
Kepercayaan dalam berbelanja akan tercipta saat mereka menghabiskan waktu bersama dengan keluarga atau teman.						
5.	Kepercayaan dalam berbelanja akan tercipta saat mereka menghabiskan waktu bersama keluarga atau teman					
Konsumen berbelanja untuk mengikuti trend.						
6.	Konsumen yang berbelanja cenderung mengikuti trend					

Sumber : Yulida Anggia, 2022

Variabel Shopping Lifestyle (X3)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Menanggapi untuk membeli setiap tawaran iklan mengenai produk fashion						
1.	Konsumen cenderung berbelanja produk di Toko Galery RJ yang ditawarkan melalui iklan					
2.	Iklan Galery RJ yang konsumen lihat selalu sesuai dengan gaya fashion konsumen dan tertarik untuk membelinya					
Membeli pakaian model baru ketika melihatnya						
3.	Konsumen cenderung tertarik berbelanja pakaian produk Galery RJ dengan model terbaru					
4.	Ketika ada produk Galery RJ terbaru konsumen akan langsung membelinya					
Berbelanja merek yang paling terkenal						
5.	Konsumen membeli produk Galery RJ karena merek yang terkenal					
6.	Konsumen selalu menggunakan produk Galery RJ karena merek terkenal					
Yakin bahwa merek terkenal yang dibeli adalah terbaik dalam hal kualitas						
7.	Konsumen berbelanja produk Galery RJ karena memiliki kualitas terbaik					
8.	Konsumen yakin produk Galery RJ memiliki kualitas yang awet					
Sering membeli berbagai merek daripada merek yang biasa dibeli						
9.	Konsumen cenderung berbelanja produk merek lain selain produk di Galery RJ					
10.	Konsumen sering membeli produk terbaru dari merek lain selain di Galery RJ					
Yakin ada merek lain yang sama seperti yang dibeli						
11.	Konsumen yakin ada merek lain yang sama kualitasnya dengan produk di Galery RJ yang dibeli					
12.	Konsumen mengetahui ada produk merek lain yang sama terkenalnya dengan produk di Galery RJ					

Sumber :Guntur Purnama, 2024

Variabel Price Discount (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOT.X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,294**	,328**	,258**	,049	,604**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,501	,000
	N	190	190	190	190	190	190
X1.2	Pearson Correlation	,294**	1	,176*	,202**	,205**	,618**
	Sig. (2-tailed)	,000		,015	,005	,005	,000
	N	190	190	190	190	190	190
X1.3	Pearson Correlation	,328**	,176*	1	,322**	,169*	,627**
	Sig. (2-tailed)	,000	,015		,000	,020	,000
	N	190	190	190	190	190	190
X1.4	Pearson Correlation	,258**	,202**	,322**	1	,281**	,672**
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,000		,000	,000
	N	190	190	190	190	190	190
X1.5	Pearson Correlation	,049	,205**	,169*	,281**	1	,570**
	Sig. (2-tailed)	,501	,005	,020	,000		,000
	N	190	190	190	190	190	190
TOT.X1	Pearson Correlation	,604**	,618**	,627**	,672**	,570**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	190	190	190	190	190	190

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

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

Variabel Motivasi Belanja Hedonis (X2)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOT.X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,307**	,194**	,371**	,195**	-,015	,550**
	Sig. (2-tailed)		,000	,007	,000	,007	,835	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190
X2.2	Pearson Correlation	,307**	1	,145*	,286**	,245**	-,001	,531**
	Sig. (2-tailed)	,000		,046	,000	,001	,988	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190
X2.3	Pearson Correlation	,194**	,145*	1	,186*	,141	,245**	,577**
	Sig. (2-tailed)	,007	,046		,010	,052	,001	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190
X2.4	Pearson Correlation	,371**	,286**	,186*	1	,246**	,171*	,622**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,010		,001	,018	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190
X2.5	Pearson Correlation	,195**	,245**	,141	,246**	1	,145*	,570**
	Sig. (2-tailed)	,007	,001	,052	,001		,046	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190
X2.6	Pearson Correlation	-,015	-,001	,245**	,171*	,145*	1	,549**
	Sig. (2-tailed)	,835	,988	,001	,018	,046		,000
	N	190	190	190	190	190	190	190
TOT.X2	Pearson Correlation	,550**	,531**	,577**	,622**	,570**	,549**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	190	190	190	190	190	190	190

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

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

Variabel Shopping lifestyle (X3)**Correlations**

	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	X3. 6	X3. 7	X3. 8	X3. 9	X3. 10	X3. 11	X3. 12	TOT. X3
X3.1 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	1 190	,42 9** 190	,01 7 190	,05 2 190	,37 8** 190	,39 9** 190	,04 2 190	,13 4 190	,17 4* 190	,271 ** 190	,132 190	,075 190	,497** 190
X3.2 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,42 9** 190	1 190	,19 8** 190	,25 0** 190	,18 3* 190	,32 2** 190	,19 4** 190	,19 8** 190	,17 9* 190	,183 * 190	,095 190	,139 190	,522** 190
X3.3 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,01 7 190	,19 8** 190	1 190	,37 3** 190	,11 9 190	,08 3 190	,32 9** 190	,29 2** 190	,13 0 190	,220 ** 190	,248 ** 190	,187 ** 190	,463** 190
X3.4 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,05 2 190	,25 0** 190	,37 3** 190	1 190	,26 2** 190	,21 5** 190	,41 3** 190	,26 3** 190	,28 7** 190	,235 ** 190	,134 190	,182 * 190	,550** 190
X3.5 Pearson Correlati on Sig. (2- tailed) N	,37 8** 190	,18 3* 190	,11 9 190	,26 2** 190	1 190	,47 1** 190	,19 8** 190	,27 8** 190	,17 5* 190	,249 ** 190	,135 190	,120 190	,567** 190
X3.6 Pearson Correlati on	,39 9** 190	,32 2** 190	,08 3 190	,21 5** 190	,47 1** 190	1 190	,17 8* 190	,20 3** 190	,24 1** 190	,246 ** 190	,129 190	,264 ** 190	,592** 190

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,257	,003	,000		,014	,005	,001	,001	,076	,000	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190
X3.7	Pearson Correlation	,042	,194**	,329**	,413**	,198**	,178*	1	,549**	,219**	,283**	,408**	,283**	,606**
	Sig. (2-tailed)	,568	,007	,000	,000	,006	,014		,000	,002	,000	,000	,000	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190
X3.8	Pearson Correlation	,134	,198**	,292**	,263**	,278**	,203**	,549**	1	,224**	,268**	,326**	,231**	,590**
	Sig. (2-tailed)	,066	,006	,000	,000	,000	,005	,000		,002	,000	,000	,001	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190
X3.9	Pearson Correlation	,174*	,179*	,130	,287**	,175*	,241**	,219**	,224**	1	,321**	,298**	,268**	,522**
	Sig. (2-tailed)	,016	,013	,073	,000	,016	,001	,002	,002		,000	,000	,000	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190
X3.10	Pearson Correlation	,271**	,183*	,220**	,235**	,249**	,246**	,283**	,268**	,321**	1	,427**	,353**	,609**
	Sig. (2-tailed)	,000	,012	,002	,001	,000	,001	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190
X3.11	Pearson Correlation	,132	,095	,248**	,134	,135	,129	,408**	,326**	,298**	,427**	1	,312**	,544**
	Sig. (2-tailed)	,070	,192	,001	,065	,063	,076	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190
X3.12	Pearson Correlation	,075	,139	,187**	,182*	,120	,264**	,283**	,231**	,268**	,353**	,312**	1	,516**
	Sig. (2-tailed)	,301	,055	,010	,012	,099	,000	,000	,001	,000	,000	,000		,000

N	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190
TOT. Pearson													
X3 Correlati	,49	,52	,46	,55	,56	,59	,60	,59	,52	,609	,544	,516	1
on	7**	2**	3**	0**	7**	2**	6**	0**	2**	**	**	**	
Sig. (2-	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000	,000	,000
tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0				
N	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190	190

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

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

Variabel Impulse Buying (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOT.Y
Y1	Pearson Correlation	1	,170*	,201**	,074	,182*	,171*	,509**
	Sig. (2-tailed)		,019	,005	,310	,012	,018	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190
Y2	Pearson Correlation	,170*	1	,350**	,285**	,098	,208**	,594**
	Sig. (2-tailed)	,019		,000	,000	,178	,004	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190
Y3	Pearson Correlation	,201**	,350**	1	,239**	,284**	,332**	,679**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000		,001	,000	,000	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190
Y4	Pearson Correlation	,074	,285**	,239**	1	,235**	,100	,567**
	Sig. (2-tailed)	,310	,000	,001		,001	,170	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190
Y5	Pearson Correlation	,182*	,098	,284**	,235**	1	,383**	,591**
	Sig. (2-tailed)	,012	,178	,000	,001		,000	,000
	N	190	190	190	190	190	190	190
Y6	Pearson Correlation	,171*	,208**	,332**	,100	,383**	1	,611**
	Sig. (2-tailed)	,018	,004	,000	,170	,000		,000
	N	190	190	190	190	190	190	190
TOT.Y	Pearson Correlation	,509**	,594**	,679**	,567**	,591**	,611**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	190	190	190	190	190	190	190

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

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

Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Realibitas

Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Kesimpulan
Price Discount (X1)	1	0,825	0,361	Valid
	2	0,864	0,361	Valid
	3	0,774	0,361	Valid
	4	0,758	0,361	Valid
	5	0,466	0,361	Valid
Motivasi Belanja Hedonis (X2)	1	0,898	0,361	Valid
	2	0,851	0,361	Valid
	3	0,912	0,361	Valid
	4	0,927	0,361	Valid
	5	0,695	0,361	Valid
	6	0,755	0,361	Valid
Shopping lifestyle (X3)	1	0,669	0,361	Valid
	2	0,808	0,361	Valid
	3	0,695	0,361	Valid
	4	0,684	0,361	Valid
	5	0,469	0,361	Valid
	6	0,464	0,361	Valid
	7	0,652	0,361	Valid
	8	0,553	0,361	Valid
	9	0,773	0,361	Valid
	10	0,751	0,361	Valid
	11	0,639	0,361	Valid
	12	0,695	0,361	Valid
Impulse Buying (Y)	1	0,715	0,361	Valid
	2	0,681	0,361	Valid
	3	0,827	0,361	Valid
	4	0,662	0,361	Valid
	5	0,677	0,361	Valid
	6	0,757	0,361	Valid

Hasil Uji Realibitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Price Discount (X1)	0,778	Reliabel
2.	Motivasi Belanja Hedonis (X2)	0,934	Reliabel
3.	Shopping lifestyle (X3)	0,877	Reliabel
4.	Impulse Buying (Y)	0,812	Reliabel

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1,1	1,1	1,1
	TS	15	7,9	7,9	8,9
	N	32	16,8	16,8	25,8
	S	77	40,5	40,5	66,3
	SS	64	33,7	33,7	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	3,2	3,2	3,2
	TS	17	8,9	8,9	12,1
	N	34	17,9	17,9	30,0
	S	67	35,3	35,3	65,3
	SS	66	34,7	34,7	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	2,1	2,1	2,1
	TS	16	8,4	8,4	10,5
	N	29	15,3	15,3	25,8
	S	90	47,4	47,4	73,2
	SS	51	26,8	26,8	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	3,2	3,2	3,2
	TS	14	7,4	7,4	10,5
	N	41	21,6	21,6	32,1
	S	66	34,7	34,7	66,8
	SS	63	33,2	33,2	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	4,7	4,7	4,7
	TS	18	9,5	9,5	14,2
	N	46	24,2	24,2	38,4
	S	72	37,9	37,9	76,3
	SS	45	23,7	23,7	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1,1	1,1	1,1
	TS	3	1,6	1,6	2,6
	N	26	13,7	13,7	16,3
	S	60	31,6	31,6	47,9
	SS	99	52,1	52,1	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	,5	,5	,5
	TS	6	3,2	3,2	3,7
	N	24	12,6	12,6	16,3
	S	73	38,4	38,4	54,7
	SS	86	45,3	45,3	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	2,6	2,6	2,6
	TS	9	4,7	4,7	7,4
	N	37	19,5	19,5	26,8
	S	81	42,6	42,6	69,5
	SS	58	30,5	30,5	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1,1	1,1	1,1
	TS	5	2,6	2,6	3,7
	N	20	10,5	10,5	14,2
	S	92	48,4	48,4	62,6
	SS	71	37,4	37,4	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	2,6	2,6	2,6
	TS	5	2,6	2,6	5,3
	N	30	15,8	15,8	21,1
	S	82	43,2	43,2	64,2
	SS	68	35,8	35,8	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	18	9,5	9,5	9,5
	TS	18	9,5	9,5	18,9
	N	46	24,2	24,2	43,2
	S	56	29,5	29,5	72,6
	SS	52	27,4	27,4	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	11	5,8	5,8	5,8
	TS	13	6,8	6,8	12,6
	N	43	22,6	22,6	35,3
	S	80	42,1	42,1	77,4
	SS	43	22,6	22,6	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	3,7	3,7	3,7
	TS	13	6,8	6,8	10,5
	N	43	22,6	22,6	33,2
	S	82	43,2	43,2	76,3
	SS	45	23,7	23,7	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	,5	,5	,5
	TS	7	3,7	3,7	4,2
	N	33	17,4	17,4	21,6
	S	83	43,7	43,7	65,3
	SS	66	34,7	34,7	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	1,6	1,6	1,6
	TS	16	8,4	8,4	10,0
	N	35	18,4	18,4	28,4
	S	78	41,1	41,1	69,5
	SS	58	30,5	30,5	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	12	6,3	6,3	6,3
	TS	17	8,9	8,9	15,3
	N	44	23,2	23,2	38,4
	S	76	40,0	40,0	78,4
	SS	41	21,6	21,6	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	3,2	3,2	3,2
	TS	22	11,6	11,6	14,7
	N	53	27,9	27,9	42,6
	S	65	34,2	34,2	76,8
	SS	44	23,2	23,2	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	1,6	1,6	1,6
	TS	8	4,2	4,2	5,8
	N	24	12,6	12,6	18,4
	S	78	41,1	41,1	59,5
	SS	77	40,5	40,5	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1,1	1,1	1,1
	TS	9	4,7	4,7	5,8
	N	37	19,5	19,5	25,3
	S	75	39,5	39,5	64,7
	SS	67	35,3	35,3	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X3.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1,1	1,1	1,1
	TS	9	4,7	4,7	5,8
	N	48	25,3	25,3	31,1
	S	85	44,7	44,7	75,8
	SS	46	24,2	24,2	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X3.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	1,1	1,1	1,1
	TS	13	6,8	6,8	7,9
	N	48	25,3	25,3	33,2
	S	82	43,2	43,2	76,3
	SS	45	23,7	23,7	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X3.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	1,6	1,6	1,6
	TS	17	8,9	8,9	10,5
	N	52	27,4	27,4	37,9
	S	70	36,8	36,8	74,7
	SS	48	25,3	25,3	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

X3.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	5	2,6	2,6	2,6
	TS	13	6,8	6,8	9,5
	N	62	32,6	32,6	42,1
	S	64	33,7	33,7	75,8
	SS	46	24,2	24,2	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	2,1	2,1	2,1
	TS	8	4,2	4,2	6,3
	N	28	14,7	14,7	21,1
	S	73	38,4	38,4	59,5
	SS	77	40,5	40,5	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	11	5,8	5,8	5,8
	TS	14	7,4	7,4	13,2
	N	46	24,2	24,2	37,4
	S	87	45,8	45,8	83,2
	SS	32	16,8	16,8	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	9	4,7	4,7	4,7
	TS	16	8,4	8,4	13,2
	N	51	26,8	26,8	40,0
	S	65	34,2	34,2	74,2
	SS	49	25,8	25,8	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	20	10,5	10,5	10,5
	TS	19	10,0	10,0	20,5
	N	47	24,7	24,7	45,3
	S	71	37,4	37,4	82,6
	SS	33	17,4	17,4	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	13	6,8	6,8	6,8
	TS	32	16,8	16,8	23,7
	N	56	29,5	29,5	53,2
	S	65	34,2	34,2	87,4
	SS	24	12,6	12,6	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	4,2	4,2	4,2
	TS	14	7,4	7,4	11,6
	N	45	23,7	23,7	35,3
	S	66	34,7	34,7	70,0
	SS	57	30,0	30,0	100,0
	Total	190	100,0	100,0	

Lampiran 3. Hasil Analisis Data Penelitian

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		190
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,92881393
Most Extreme Differences	Absolute	,053
	Positive	,038
	Negative	-,053
Test Statistic		,053
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

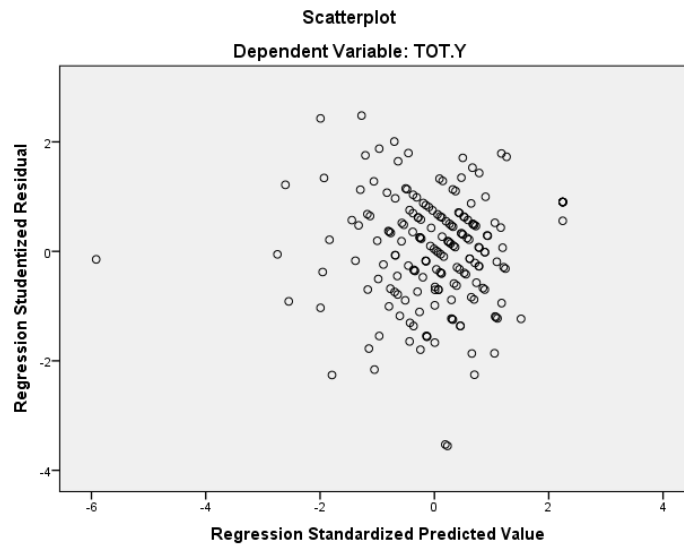
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Price Dsicount	,506	1,977
	Motivasi Belanja Hedonis	,416	2,404
	Shopping Lifestyle	,508	1,970

a. Dependent Variable: Impulse Buying

Uji Heteroskedastisitas



Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,389	1,760		1,358	,176		
Price Discount	,255	,095	,213	2,690	,008	,506	1,977
Motivasi Belanja Hedonis	,229	,105	,191	2,190	,030	,416	2,404
Shopping Lifestyle	,195	,047	,328	4,149	,000	,508	1,970

a. Dependent Variable: Impulse Buying

Nilai Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,642 ^a	,412	,402	2,952

a. Predictors: (Constant), Shopping Lifestyle, Motivasi Belanja Hedonis, Price Discount

b. Dependent Variable: Impulse Buying

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,389	1,760		1,358	,176
TOT.X1	,255	,095	,213	2,690	,008
TOT.X2	,229	,105	,191	2,190	,030
TOT.X3	,195	,047	,328	4,149	,000

a. Dependent Variable: TOT.Y

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1134,220	3	378,073	43,375	,000 ^b
Residual	1621,233	186	8,716		
Total	2755,453	189			

a. Dependent Variable: IMPULSE BUYING

b. Predictors: (Constant), PRICE DISCOUNT, MOYIVASI BELANJA HEDONIS, SHOPPING LIFESTYLE

Titik Persentase Distribusi t (df = 161 -200)

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
161	0.67602	1.28683	1.65437	1.97481	2.34973	2.60671	3.14162
162	0.67601	1.28680	1.65431	1.97472	2.34959	2.60652	3.14130
163	0.67600	1.28677	1.65426	1.97462	2.34944	2.60633	3.14098
164	0.67599	1.28673	1.65420	1.97453	2.34930	2.60614	3.14067
165	0.67598	1.28670	1.65414	1.97445	2.34916	2.60595	3.14036
166	0.67597	1.28667	1.65408	1.97436	2.34902	2.60577	3.14005
167	0.67596	1.28664	1.65403	1.97427	2.34888	2.60559	3.13975
168	0.67595	1.28661	1.65397	1.97419	2.34875	2.60541	3.13945
169	0.67594	1.28658	1.65392	1.97410	2.34862	2.60523	3.13915
170	0.67594	1.28655	1.65387	1.97402	2.34848	2.60506	3.13886
171	0.67593	1.28652	1.65381	1.97393	2.34835	2.60489	3.13857
172	0.67592	1.28649	1.65376	1.97385	2.34822	2.60471	3.13829
173	0.67591	1.28646	1.65371	1.97377	2.34810	2.60455	3.13801
174	0.67590	1.28644	1.65366	1.97369	2.34797	2.60438	3.13773
175	0.67589	1.28641	1.65361	1.97361	2.34784	2.60421	3.13745
176	0.67589	1.28638	1.65356	1.97353	2.34772	2.60405	3.13718
177	0.67588	1.28635	1.65351	1.97346	2.34760	2.60389	3.13691
178	0.67587	1.28633	1.65346	1.97338	2.34748	2.60373	3.13665
179	0.67586	1.28630	1.65341	1.97331	2.34736	2.60357	3.13638
180	0.67586	1.28627	1.65336	1.97323	2.34724	2.60342	3.13612
181	0.67585	1.28625	1.65332	1.97316	2.34713	2.60326	3.13587
182	0.67584	1.28622	1.65327	1.97308	2.34701	2.60311	3.13561
183	0.67583	1.28619	1.65322	1.97301	2.34690	2.60296	3.13536
184	0.67583	1.28617	1.65318	1.97294	2.34678	2.60281	3.13511
185	0.67582	1.28614	1.65313	1.97287	2.34667	2.60267	3.13487
186	0.67581	1.28612	1.65309	1.97280	2.34656	2.60252	3.13463
187	0.67580	1.28610	1.65304	1.97273	2.34645	2.60238	3.13438
188	0.67580	1.28607	1.65300	1.97266	2.34635	2.60223	3.13415
189	0.67579	1.28605	1.65296	1.97260	2.34624	2.60209	3.13391
190	0.67578	1.28602	1.65291	1.97253	2.34613	2.60195	3.13368
191	0.67578	1.28600	1.65287	1.97246	2.34603	2.60181	3.13345
192	0.67577	1.28598	1.65283	1.97240	2.34593	2.60168	3.13322
193	0.67576	1.28595	1.65279	1.97233	2.34582	2.60154	3.13299
194	0.67576	1.28593	1.65275	1.97227	2.34572	2.60141	3.13277
195	0.67575	1.28591	1.65271	1.97220	2.34562	2.60128	3.13255
196	0.67574	1.28589	1.65267	1.97214	2.34552	2.60115	3.13233
197	0.67574	1.28586	1.65263	1.97208	2.34543	2.60102	3.13212
198	0.67573	1.28584	1.65259	1.97202	2.34533	2.60089	3.13190
199	0.67572	1.28582	1.65255	1.97196	2.34523	2.60076	3.13169
200	0.67572	1.28580	1.65251	1.97190	2.34514	2.60063	3.13148

TABEL TABULASI DATA

	Price Discount (X1)						Motivasi Belanja Hedonis (X2)							Shopping Lifestyle (X3)														Impluse Buying (Y)							
NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	total	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	total	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	X3.11	X3.12	total	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	total		
1	5	4	5	5	3	22	4	5	3	4	4	3	23	3	3	4	3	2	3	4	5	3	2	3	3	38	4	4	4	5	3	4	24		
2	5	5	4	4	5	23	5	5	3	4	5	2	24	3	3	4	4	3	3	4	5	3	4	3	3	42	5	4	3	2	4	4	22		
3	4	4	5	3	4	20	3	5	3	4	5	3	23	3	3	4	5	3	3	5	4	2	3	4	4	43	4	4	4	2	4	5	23		
4	5	3	4	5	4	21	5	4	5	4	4	5	27	5	4	5	4	4	5	3	3	3	5	4	4	49	5	3	5	4	4	4	25		
5	4	5	4	4	3	20	4	4	4	5	5	3	25	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	40	5	3	2	4	3	3	20		
6	4	3	4	3	4	18	3	4	3	4	4	3	21	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	42	4	4	3	4	3	3	21		
7	4	5	4	3	4	20	5	4	4	5	3	5	26	3	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	4	46	5	3	5	4	3	3	23		
8	4	4	2	5	4	19	4	5	5	5	5	3	27	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	52	4	1	2	1	4	5	17		
9	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	30		
10	4	3	4	4	3	18	5	4	5	4	3	4	25	4	3	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	44	5	3	4	3	3	4	22		
11	4	5	3	2	4	18	5	4	3	5	3	5	25	4	3	5	3	4	5	5	5	3	4	5	4	50	5	3	5	3	4	3	23		
12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	24		
13	5	5	3	4	3	20	5	4	4	3	3	1	20	1	2	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	35	5	4	5	3	3	4	24		
14	5	4	5	4	4	22	5	5	4	4	5	3	26	3	4	4	5	3	3	5	5	3	4	3	4	46	5	5	3	3	3	3	22		
15	2	2	2	2	3	11	2	3	2	2	4	4	17	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	31	1	3	3	3	3	2	15		
16	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	1	2	1	1	1	1	7		
17	5	4	4	4	3	20	5	4	4	5	5	4	27	5	4	5	3	4	4	5	5	3	4	4	4	50	5	3	2	4	4	3	21		
18	5	3	4	3	4	19	5	4	5	3	3	4	24	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	42	4	3	4	2	4	5	22		
19	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	3	3	24	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	2	3	48	5	3	5	3	5	4	25		
20	5	4	4	4	2	19	3	3	4	1	4	4	19	4	3	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	44	5	3	3	3	1	5	20		
21	4	2	4	4	4	18	4	2	4	4	4	4	22	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	44	4	2	4	4	2	2	18		
22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	30		
23	2	4	3	1	3	13	3	4	1	2	5	3	18	4	5	4	3	4	4	5	5	3	3	2	3	45	5	4	2	3	3	3	20		

24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	30
25	3	3	1	1	2	10	2	2	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	3	3	4	3	2	2	3	39	3	5	2	3	5	3	21
26	4	4	4	5	5	22	4	4	5	5	4	3	25	5	5	4	3	3	4	3	5	4	5	4	4	49	5	4	5	4	4	3	25
27	3	2	2	2	5	14	1	5	3	2	2	3	16	3	4	3	2	1	5	3	1	3	2	1	2	30	4	4	4	3	3	1	19
28	5	4	5	4	4	22	4	5	4	4	4	3	24	3	4	4	5	3	3	5	5	4	3	4	4	47	5	4	3	3	4	4	23
29	5	3	4	5	3	20	4	5	4	4	5	4	26	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	3	4	50	4	4	4	3	3	4	22
30	5	4	4	4	5	22	5	5	4	5	5	3	27	3	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	5	48	4	3	2	4	3	5	21
31	4	4	4	4	3	19	5	5	4	4	5	4	27	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	42	5	3	4	4	4	4	24
32	5	5	5	3	3	21	4	5	4	5	4	3	25	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	45	5	3	4	3	4	3	22
33	2	4	4	4	3	17	4	3	5	3	4	3	22	5	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3	3	48	5	2	3	3	3	3	19
34	4	4	5	4	3	20	5	4	5	5	4	5	28	3	4	3	3	4	5	4	4	5	3	4	5	47	3	4	3	4	5	5	24
35	4	4	4	4	5	21	5	3	4	4	5	4	25	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47	3	2	3	4	4	3	19
36	5	5	5	4	3	22	4	5	4	4	5	5	27	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	54	5	5	5	5	5	5	30
37	3	3	4	4	4	18	4	4	3	4	3	3	21	3	3	3	4	5	5	5	5	5	3	3	3	47	4	4	4	1	3	4	20
38	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	4	5	5	29
39	4	5	4	3	3	19	4	4	5	4	4	1	22	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	37	2	4	2	1	3	3	15
40	4	5	5	5	4	23	5	4	5	5	4	3	26	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	40	5	3	4	3	4	3	22
41	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	30
42	4	4	2	2	2	14	5	4	4	4	4	2	23	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	32	2	1	2	2	2	2	11
43	4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	3	20	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	43	4	3	3	4	4	4	22
44	4	4	3	3	4	18	3	4	3	4	4	4	22	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	2	40	4	4	3	4	4	4	23
45	4	3	3	3	4	17	4	4	4	4	3	3	22	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	4	43	5	2	3	1	4	3	18
46	4	4	4	4	2	18	5	4	4	3	4	5	25	4	4	5	5	4	5	4	4	5	3	1	1	45	4	5	5	1	5	4	24
47	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	4	3	3	4	4	3	2	3	3	42	5	5	5	4	4	5	28
48	4	4	4	3	3	18	5	5	4	4	4	4	26	4	3	4	2	2	2	3	3	4	4	5	5	41	5	3	3	3	4	5	23
49	3	4	5	3	4	19	5	3	4	5	3	4	24	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	48	4	4	5	3	3	5	24
50	4	4	3	3	3	17	3	4	3	4	4	4	22	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	45	4	3	3	4	4	4	22
51	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	4	4	26	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	2	2	40	5	3	3	4	4	3	22
52	4	4	4	3	3	18	5	5	4	4	4	4	26	5	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	45	5	4	3	4	3	4	23
53	5	4	4	5	4	22	5	4	4	5	4	5	27	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	49	5	3	4	4	3	5	24

54	4	5	4	4	3	20	5	4	3	4	3	2	21	4	3	3	2	2	1	4	3	4	4	4	5	39	5	2	3	2	2	3	17
55	4	5	5	5	4	23	5	4	4	5	4	4	26	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	49	5	4	5	5	4	5	28
56	3	2	4	4	5	18	3	5	5	4	5	3	25	2	5	4	4	3	5	3	5	4	3	4	3	45	2	4	5	3	3	4	21
57	4	3	4	3	3	17	4	3	4	3	3	4	21	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	43	4	4	3	3	3	4	21
58	4	5	4	4	4	21	5	4	4	5	5	5	28	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	54	4	4	5	5	4	4	26
59	5	3	5	2	3	18	4	5	3	4	4	5	25	3	4	4	5	3	3	4	4	5	5	3	4	47	4	3	4	4	2	3	20
60	5	5	4	3	3	20	4	4	4	4	4	4	24	3	5	5	5	5	3	4	3	3	4	4	3	47	3	4	5	2	4	3	21
61	5	4	4	4	3	20	5	5	4	5	4	3	26	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	52	5	3	4	3	4	4	23
62	5	2	4	3	4	18	5	4	1	4	5	2	21	3	4	5	5	3	2	5	4	4	3	4	5	47	4	2	3	2	2	4	17
63	4	1	3	3	2	13	5	5	3	5	5	1	24	4	4	4	5	3	4	5	5	4	1	4	4	47	5	4	3	1	1	3	17
64	1	3	2	2	4	12	3	3	4	4	2	2	18	4	4	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	31	3	1	2	2	3	2	13
65	4	4	3	4	2	17	5	5	4	5	4	2	25	3	3	4	3	2	2	3	3	4	4	3	3	37	4	2	3	2	4	4	19
66	5	5	4	4	4	22	5	5	5	5	4	5	29	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	3	3	48	5	4	4	4	4	3	24
67	3	5	1	5	3	17	4	5	2	5	5	4	25	2	2	5	4	1	4	5	4	5	4	4	5	45	4	5	1	5	3	4	22
68	3	4	3	3	3	16	5	5	5	4	4	4	27	3	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	3	39	3	3	4	3	3	3	19
69	4	4	3	3	5	19	5	5	3	4	4	2	23	4	4	5	5	3	4	4	5	4	5	2	3	48	4	2	2	3	3	5	19
70	3	3	4	5	5	20	3	5	5	5	4	3	25	5	4	2	2	5	4	4	5	4	5	5	3	48	5	4	3	4	4	4	24
71	2	3	3	3	3	14	4	3	3	4	4	2	20	2	3	4	3	2	4	3	2	2	2	3	3	33	4	1	2	1	4	2	14
72	5	5	4	4	3	21	5	5	3	4	5	3	25	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	40	5	3	4	3	3	5	23
73	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	5	43	4	4	4	4	4	4	24
74	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	30
75	3	4	4	5	5	21	5	3	4	4	5	5	26	4	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	53	4	5	5	5	5	3	27
76	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3	3	3	3	3	3	18
77	4	3	4	3	3	17	4	2	4	5	4	4	23	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	42	3	3	3	4	4	3	20
78	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	5	3	4	4	4	5	25
79	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	30
80	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	40	4	3	2	1	3	3	16
81	3	3	4	3	4	17	3	5	5	3	3	4	23	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	38	4	2	4	4	3	3	20
82	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	49	5	5	5	5	5	5	30
83	4	4	5	5	3	21	4	5	4	4	3	4	24	4	5	3	4	5	5	4	3	5	5	3	4	50	5	3	4	4	4	4	24

84	5	5	2	3	3	18	3	3	1	5	5	1	18	4	5	3	3	1	1	4	3	3	4	4	2	37	5	1	1	5	3	5	20
85	5	5	5	5	3	23	4	3	4	5	4	5	25	5	5	5	4	3	3	5	4	3	3	3	3	46	5	1	3	3	4	3	19
86	5	4	4	3	4	20	5	5	5	3	4	3	25	3	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	5	48	4	3	2	3	3	4	19
87	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	30	3	1	5	1	4	2	3	3	3	2	3	2	32	3	3	3	1	5	5	20
88	4	2	5	4	1	16	5	5	3	4	5	2	24	1	4	5	3	4	4	5	5	4	3	4	4	46	4	4	4	4	4	4	24
89	5	5	4	2	3	19	5	5	5	4	4	1	24	1	2	4	5	4	2	5	4	4	4	5	5	45	4	1	5	2	1	4	17
90	5	2	5	5	1	18	5	5	4	5	4	1	24	2	1	5	4	5	1	5	5	4	4	5	4	45	4	4	1	1	2	4	16
91	5	4	4	5	2	20	5	5	4	5	5	2	26	2	1	5	4	2	2	5	5	4	4	5	4	43	4	5	4	1	3	5	22
92	5	2	4	4	2	17	5	5	3	5	4	1	23	1	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	47	4	5	4	1	4	5	23
93	4	4	4	5	3	20	5	5	2	5	4	2	23	1	4	5	5	2	2	5	5	4	4	4	4	45	4	1	3	1	3	5	17
94	2	3	3	3	3	14	3	3	3	3	3	2	17	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	37	3	2	3	3	2	3	16
95	3	5	4	3	4	19	3	4	5	4	5	4	25	4	5	3	2	3	5	4	5	4	4	4	3	46	3	4	5	2	3	4	21
96	3	4	5	5	4	21	5	3	5	4	3	5	25	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	54	5	4	3	4	4	2	22
97	3	5	3	2	4	17	5	3	5	3	4	5	25	3	4	5	5	5	4	5	4	3	5	3	4	50	5	5	3	4	4	5	26
98	2	3	4	5	4	18	5	3	4	5	4	5	26	3	4	5	5	5	4	4	5	3	4	5	2	49	4	4	5	3	3	5	24
99	5	5	4	3	4	21	5	5	5	5	4	5	29	3	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	5	53	4	4	5	2	4	3	22
100	4	3	4	5	5	21	5	2	5	5	4	3	24	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	54	5	4	4	5	3	3	24
101	2	3	4	4	5	18	4	5	3	5	5	4	26	5	4	3	5	5	5	4	4	5	4	3	4	51	5	4	4	4	3	5	25
102	5	3	4	2	1	15	5	5	4	4	3	1	22	2	2	4	4	2	2	5	4	4	3	4	1	37	4	3	4	1	2	4	18
103	3	4	4	3	5	19	5	5	4	3	5	4	26	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	52	5	4	4	4	2	5	24
104	4	5	2	4	5	20	4	5	4	5	4	1	23	2	3	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	49	4	2	1	1	1	3	12
105	5	4	5	5	4	23	5	5	4	4	5	5	28	4	5	5	4	1	3	5	5	4	4	5	5	50	5	1	4	3	4	2	19
106	5	5	4	5	2	21	5	4	4	4	4	3	24	4	5	4	5	1	3	5	4	4	4	5	4	48	4	1	3	3	4	4	19
107	5	4	5	5	4	23	4	4	4	3	4	1	20	1	1	5	5	1	1	4	3	5	5	4	4	39	5	1	5	5	1	4	21
108	3	4	4	3	2	16	5	5	5	3	4	2	24	4	4	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4	41	3	3	2	4	4	2	18
109	4	5	4	5	4	22	5	5	4	4	4	2	24	1	3	5	4	2	2	5	5	4	3	4	3	41	5	4	4	1	3	4	21
110	4	3	4	4	5	20	5	5	4	4	5	3	26	3	4	4	5	5	2	4	5	5	4	5	3	49	5	5	4	4	4	5	27
111	5	4	5	4	1	19	5	4	4	4	5	4	26	2	4	5	4	1	4	5	5	4	3	4	3	44	5	4	3	4	4	4	24
112	5	1	2	4	5	17	5	4	4	4	5	1	23	2	4	5	3	5	4	5	5	3	4	3	5	48	4	4	4	3	1	4	20
113	5	4	5	4	3	21	5	5	4	5	4	5	28	4	5	4	4	3	2	5	4	4	2	4	3	44	4	5	4	3	4	3	23

114	4	5	4	4	3	20	5	5	4	5	4	3	26	3	3	4	5	5	4	4	5	4	2	3	2	44	4	4	3	2	4	3	20
115	4	5	3	5	4	21	5	5	4	4	5	1	24	3	4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	49	3	4	4	2	4	4	21
116	4	2	5	4	4	19	5	4	1	5	4	4	23	4	5	4	5	4	2	4	4	2	5	4	3	46	5	4	3	4	1	4	21
117	4	5	4	4	5	22	5	4	4	5	5	3	26	3	4	4	5	3	4	5	4	3	5	3	4	47	4	4	4	3	3	4	22
118	4	5	4	5	2	20	5	4	5	5	4	2	25	1	4	5	4	1	1	5	4	5	4	2	5	41	5	4	3	4	1	1	18
119	2	4	2	4	2	14	5	5	4	4	2	3	23	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	49	3	4	5	3	4	4	23
120	3	4	5	3	4	19	5	4	4	5	3	3	24	5	4	3	3	4	3	5	5	4	4	5	3	48	3	3	4	4	3	4	21
121	4	5	4	5	1	19	5	4	5	4	1	4	23	4	2	5	4	4	5	5	4	1	5	4	5	48	4	5	1	4	2	1	17
122	4	2	5	2	4	17	4	5	2	4	5	4	24	2	4	5	4	1	4	5	4	2	4	5	4	44	2	4	1	4	2	4	17
123	4	3	5	4	3	19	4	5	5	5	4	2	25	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	5	52	4	5	4	3	4	5	25
124	4	5	5	4	2	20	5	5	4	4	4	1	23	5	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	3	48	4	4	4	2	3	5	22
125	4	4	4	5	5	22	4	5	2	4	5	4	24	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	4	3	50	4	3	5	3	4	5	24
126	4	5	5	1	5	20	5	4	3	5	4	3	24	4	5	4	2	4	5	4	5	3	5	4	4	49	5	3	4	3	4	4	23
127	4	4	4	5	5	22	4	5	5	4	4	3	25	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	3	5	50	5	4	5	5	4	5	28
128	4	1	4	4	4	17	5	4	3	4	5	1	22	2	5	4	4	3	3	4	5	4	5	4	3	46	4	3	5	1	2	5	20
129	4	5	2	5	5	21	4	4	4	5	5	4	26	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	50	2	4	5	3	2	2	18
130	2	2	4	5	4	17	5	4	4	4	5	4	26	4	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	53	4	4	5	1	5	5	24
131	4	4	5	5	3	21	5	4	3	5	3	3	23	4	4	5	5	5	3	4	3	4	5	4	1	47	4	3	5	4	3	4	23
132	5	1	4	4	4	18	5	5	4	4	5	1	24	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	3	53	5	4	3	4	2	4	22
133	5	4	4	5	5	23	5	5	4	4	3	3	24	4	4	3	5	4	4	5	5	4	3	4	2	47	4	4	5	4	3	5	25
134	3	2	1	4	1	11	4	4	5	4	4	2	23	4	2	4	5	3	3	5	4	4	4	5	1	44	2	4	2	1	2	3	14
135	4	5	3	3	4	19	5	4	3	3	4	3	22	4	3	5	5	4	3	1	2	3	4	2	3	39	5	4	4	3	1	4	21
136	4	5	4	4	3	20	4	4	5	4	3	4	24	4	5	3	4	5	3	4	2	4	4	5	4	47	4	4	3	4	1	5	21
137	5	3	4	4	2	18	4	5	4	4	4	4	25	3	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	2	48	5	4	5	3	5	4	26
138	4	5	3	4	5	21	4	3	3	5	4	5	24	4	3	5	3	3	3	4	3	4	5	4	4	45	3	4	3	3	3	4	20
139	5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	4	4	26	5	5	4	3	4	2	5	5	5	4	4	3	49	3	4	5	4	3	4	23
140	2	3	4	4	4	17	3	3	3	4	5	4	22	3	2	2	3	5	3	3	5	3	3	2	3	37	3	4	3	4	5	2	21
141	3	3	3	5	4	18	4	5	4	4	4	5	26	4	5	4	2	2	4	2	3	4	3	4	3	40	5	4	4	5	4	4	26
142	3	4	5	5	4	21	4	4	5	4	4	3	24	4	5	5	4	3	3	4	4	4	5	3	3	47	1	4	1	4	1	1	12
143	3	4	4	4	3	18	4	5	4	4	5	4	26	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	3	50	3	4	3	4	3	4	21

144	3	3	4	5	4	19	3	4	3	5	3	4	22	4	3	2	2	3	2	4	4	2	4	4	3	37	4	4	3	4	5	5	25
145	5	4	4	5	4	22	5	4	3	4	1	4	21	4	4	5	5	4	5	2	2	5	4	3	5	48	5	4	4	4	3	4	24
146	2	4	2	2	4	14	3	5	5	4	3	4	24	5	4	3	2	1	3	2	5	3	4	3	5	40	4	3	4	5	4	3	23
147	3	3	4	5	4	19	4	4	2	2	2	3	17	4	2	4	3	5	4	4	4	3	5	4	5	47	4	4	5	4	5	3	25
148	4	2	2	5	3	16	4	4	2	5	4	5	24	4	3	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	49	3	3	3	3	1	4	17
149	4	3	4	4	4	19	5	4	2	4	1	3	19	3	3	3	5	3	3	2	2	5	3	2	4	38	1	5	3	3	4	1	17
150	4	4	5	5	3	21	3	4	5	4	4	3	23	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	46	4	4	4	5	2	5	24
151	4	3	4	2	2	15	3	2	4	4	4	5	22	4	3	2	2	5	4	4	4	5	4	2	3	42	2	3	4	4	3	2	18
152	5	3	3	4	5	20	3	4	5	4	5	4	25	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	52	4	5	4	3	3	4	23
153	4	5	3	3	2	17	5	2	4	2	4	2	19	4	5	4	4	2	4	2	3	4	2	2	3	39	4	4	5	3	2	4	22
154	2	4	2	3	4	15	4	5	3	4	4	5	25	4	3	4	5	4	4	2	3	4	3	2	4	42	4	5	4	4	4	5	26
155	5	4	4	4	5	22	5	5	3	4	5	5	27	5	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	51	5	4	5	4	3	4	25
156	3	5	5	5	4	22	3	5	5	4	4	5	26	5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	5	4	54	4	3	4	2	4	4	21
157	4	5	4	3	5	21	5	5	4	5	5	4	28	5	5	5	4	2	4	5	4	5	4	5	3	51	4	5	5	5	3	3	25
158	3	3	4	5	4	19	5	4	4	3	5	5	26	4	4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	4	51	5	5	4	4	2	5	25
159	4	5	3	5	4	21	3	5	4	4	5	5	26	4	5	3	5	4	5	5	4	5	4	3	4	51	4	4	4	2	4	4	22
160	4	5	4	5	4	22	5	5	4	3	3	4	24	4	2	3	4	5	5	3	4	5	5	3	3	46	5	4	4	5	2	3	23
161	4	5	4	5	5	23	3	4	4	4	5	5	25	3	4	5	4	4	4	5	3	5	4	5	5	51	4	2	3	4	4	5	22
162	5	5	2	4	4	20	5	3	5	4	5	5	27	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	3	5	53	5	4	4	4	2	5	24
163	5	5	4	3	3	20	4	4	5	4	5	3	25	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	3	5	53	5	4	4	4	3	5	25
164	5	4	3	4	4	20	4	5	3	5	3	5	25	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	54	3	4	4	5	2	5	23
165	3	5	5	4	4	21	4	3	4	4	5	5	25	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	3	47	5	5	5	4	2	5	26
166	5	5	3	4	4	21	5	5	4	5	5	4	28	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	55	5	4	4	4	3	4	24
167	4	5	5	3	3	20	4	4	5	5	3	4	25	4	5	4	4	5	5	4	3	4	3	3	4	48	3	4	4	5	2	2	20
168	4	3	3	1	2	13	4	5	3	5	3	4	24	3	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	46	4	3	3	4	4	5	23
169	3	5	5	4	5	22	4	3	5	5	5	4	26	5	5	3	4	3	4	5	3	5	3	5	4	49	4	4	4	5	3	5	25
170	5	4	3	4	5	21	4	4	3	3	5	4	23	3	4	2	5	1	3	4	2	4	4	2	5	39	4	4	3	4	5	4	24
171	5	5	5	5	4	24	5	4	5	4	4	5	27	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4	5	50	4	4	3	4	2	4	21
172	4	5	2	1	1	13	2	3	4	3	1	3	16	4	1	4	1	3	4	1	4	5	4	5	3	39	5	4	3	4	5	3	24
173	4	4	4	5	5	22	4	5	4	5	4	5	27	5	3	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	53	5	4	4	5	2	4	24

174	4	3	5	3	5	20	4	4	5	3	5	4	25	5	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	52	3	4	5	5	2	4	23
175	5	5	5	4	4	23	3	5	4	5	4	5	26	4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	53	4	3	4	4	3	3	21
176	2	4	3	4	4	17	4	3	3	4	3	4	21	5	5	3	4	4	4	4	3	3	5	5	4	49	3	4	4	5	4	4	24
177	3	4	5	3	5	20	4	5	5	4	5	5	28	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	54	5	4	5	5	4	3	26
178	3	5	5	5	5	23	4	4	5	5	4	5	27	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	57	3	4	4	4	2	5	22
179	3	4	4	4	3	18	4	4	5	5	5	5	28	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	48	5	4	5	5	2	5	26
180	4	4	4	3	5	20	4	4	5	4	5	5	27	5	3	4	4	5	4	5	3	3	3	4	3	46	4	5	5	5	2	3	24
181	5	5	4	5	4	23	5	5	4	5	4	5	28	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	5	4	52	4	5	5	2	4	4	24
182	4	4	3	5	4	20	4	5	4	5	4	3	25	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	50	3	5	4	3	2	2	19
183	4	5	5	4	4	22	5	5	5	4	5	5	29	4	5	4	4	2	4	3	3	4	4	5	3	45	5	5	4	4	3	5	26
184	5	1	5	3	1	15	5	4	4	4	5	1	23	1	1	4	5	3	3	5	4	4	3	3	4	40	2	2	1	2	5	1	13
185	2	2	4	3	2	13	5	4	3	4	4	1	21	1	4	5	4	3	2	4	4	4	4	5	4	44	5	4	3	4	4	1	21
186	3	2	5	4	4	18	5	4	4	5	2	3	23	4	2	3	4	3	5	4	4	5	4	3	5	46	4	3	2	4	4	5	22
187	2	2	4	2	4	14	4	4	2	4	3	3	20	4	2	3	5	4	3	4	5	3	4	3	2	42	5	4	4	3	5	5	26
188	4	4	2	5	3	18	3	4	5	3	4	5	24	2	2	4	4	3	2	4	4	4	5	3	3	40	3	3	3	5	2	2	18
189	3	2	3	5	4	17	4	5	5	4	3	3	24	3	3	4	4	4	4	5	4	2	5	4	3	45	4	3	3	5	2	3	20
190	5	4	3	2	4	18	5	4	3	4	4	5	25	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	2	46	3	4	5	4	3	3	22
Total	756	740	738	736	696	3666	821	807	748	795	773	676	4620	701	715	776	742	687	689	788	766	734	725	713	703	8739	781	685	699	648	625	720	4158
Rata²	3,97	3,89	3,88	3,87	3,66	19,29	4,32	4,24	3,93	4,18	4,06	3,55	24,31	3,68	3,76	4,08	3,90	3,61	3,62	4,14	4,03	3,86	3,81	3,75	3,7	45,99	4,11	3,60	3,67	3,41	3,28	3,78	21,88

