

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D. (2015). *Green marketing strategy and consumer buying decision*. Jakarta: Erlangga.
- American Marketing Association. (2018). *Dictionary of marketing terms*.
- Arifin, Z., & Fuad, M. (2020). Pengaruh green marketing terhadap keputusan pembelian produk ramah lingkungan. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 85–94.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- David A. Aaker (1997). *Anaging brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. Free Press.
- Desanto, T. M. J., Mandey, S. L., & Soepeno, D. (2018). Analisis Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening pada Konsumen Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Aqua di Kota Manado". *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 1898–1907.
- Kusnul Khotimah & Antoni Ludfi Arifin. (2021). PENGARUH GREEN MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS KONSUMEN TOKO TUPPERWARE TANJUNG PRIOK). *Inovasi Penelitian*, 1(8).
- Ghozali, I., & Ratmono, D. (2019). *Analisis multivariat dan ekonometrika: Teori, konsep, dan aplikasi dengan EVIEWS 10*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grewal, D., & Levy, M. (2010). *Marketing* (2nd ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Handoko, T. H. (1997). *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Husein Umar, (2005). *Riset pemasaran dan perilaku konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama
- Jailani, M. (2023). Metodologi penelitian kuantitatif. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu*

Sosial, 5(1), 45–52.

Jean-Noël Kapferer (2012). *he new strategic brand management: Advanced insights and strategic thinking* (5th ed.). Kogan Page.

Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). Harlow: Pearson Education.

Kotler, P. (2012). *Marketing management* (14th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Indeks.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Malaika, R. P., Hartini, S., & Firmansyah, D. (2025). *PENGARUH GREEN MARKETING DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK Universitas Pakuan , Bogor , Indonesia Gambar 1 . Negara Penghasil Sampah Terbesar di Dunia yang memukau dan warisan budaya yang kaya . Namun , di balik pesona tersebut , Bogor m. 2(3).*

Michael Spence (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.

Nandini, R. (2016). *Strategi green marketing dalam meningkatkan minat beli konsumen*. Bandung: Alfabeta.

Olson, J. C., & Peter, J. P. (2013). *Consumer behavior and marketing strategy*. New York: McGraw-Hill.

Ottman, J. A. (2011). *The new rules of green marketing: Strategies, tools, and inspiration for sustainable branding*. Berrett-Koehler Publishers.

Peattie, K., & Charter, M. (2012). Green marketing. Dalam M. J. Baker & S. Hart (Eds.), *The marketing book* (7th ed.). Routledge.

Polonsky, M. J. (1994). An introduction to green marketing. *Electronic Green Journal*, 1(2), 1–10.

Priyono, A. (2017). Pengaruh Green Marketing dan Identitas Merek pada Citra

- Merek terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Ultra Milk di Area Pemasaran Jakarta. *Industrial Engineering Journal*, 6(1), 4–9.
- Putripeni, M. P. (2014). *KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen The Body Shop Mall Olympic Garden Malang)*. 10(1), 1–10.
- Rachmawati, D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh green marketing dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 45–56.
- Rahmawati, A., & Setyawati, H. (2023). Green marketing dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 120–130.
- Robert J. Lavidge & Gary A. Steiner (1961). A model for predictive measurements of advertising effectiveness. *Journal of Marketing*, 25(6), 59–62.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Seruni, D., Pratama, R., & Lestari, S. (2024). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 33–42.
- Setiawan, R., & Yosepha, S. Y. (2021). Pengaruh green marketing dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Manajemen Strategi*, 5(2), 89–98.
- Soedarmono, S., et al. (2017). *Brand management*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surna, I. N., et al. (2014). Green marketing dan perilaku konsumen. *Jurnal Manajemen*, 18(2), 195–205.
- Swastha, B. (2014). *Manajemen pemasaran modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Terence A. Shimp, (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi* (Edisi ke-8). Salemba Empat.

Tusyaidah, A. S. N. (2023). *Pendahuluan Di era globalisasi saat ini membuat persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat . Perusahaan anak perusahaan dari Mayora Indah bergerak dibidang beverages . green marketing dan variabel citra merek . Green marketing adalah pasar yang mencakup*. 12(1), 229–235.



L

A

M

P

I

R

A

N



KOESIONER PENELITIAN

Dalam rangka menyelesaikan pendidikan Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Abelia Putri Khansa Bella

Npm : 2261201219

Program Studi : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh green marketing dan citra merek terhadap Keputusan pembelian produk lifebuoy (studi kasus pada konsumen toko Winda Tugumulyo Kota Lubuk Linggau)

Sangat mengharapkan Teman-Teman untuk bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Penelitian ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu. Jawaban/ Pernyataan yang teman-teman berikan sangat bermanfaat dalam penyelesaian penelitian ini. Tidak ada jawaban yang salah dan benar atas pernyataan yang teman-teman berikan, oleh karena itu saya sangat mengharapkan kejujuran dari teman-teman dalam pengisian kuesioner penelitian ini.

Atas bantuan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih

Hormat Saya,

Abelia Putri Khansa Bella

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : (Pilih salah satu dibawah ini)
☐ Laki-Laki ☐ Perempuan
3. Usia : (Pilih salah satu dibawah ini)
☐ 15-20 Tahun ☐ 21- 30 Tahun
☐ 31-40 Tahun ☐ > 40 Tahun
4. Apakah anda pernah membeli produk Lifebuoy?
☐ Ya ☐ Tidak

B. Petunjuk Pengisian

Mohon untuk memberikan tanda (✓) pada setiap pernyataan yang anda pilih
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. Pernyataan *Green Marketing* (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Green product						
1.	Saya percaya bahwa produk Lifebuoy benar-benar ramah lingkungan.					
2.	Saya lebih memilih produk ramah lingkungan dibanding produk biasa.					
3.	Produk Lifebuoy aman bagi kesehatan dan lingkungan.					
Green packaging						
1.	Desain kemasan produk ini tidak berlebihan dan minim pemborosan bahan.					
2.	Kemasan produk Lifebuoy dapat didaur ulang atau digunakan kembali.					
3.	Kemasan produk ini mudah terurai secara alami.					
Green promotion						
1.	Media promosi yang digunakan mencerminkan kepedulian terhadap lingkungan.					

2.	Promosi produk Lifebuoy menekankan kepedulian terhadap lingkungan.					
3.	Informasi ramah lingkungan yang disampaikan dalam promosi mudah dipahami.					
Green pricing						
1.	Saya bersedia membayar lebih untuk produk yang ramah lingkungan.					
2.	Harga produk Lifebuoy sesuai dengan nilai lingkungan yang ditawarkan.					
3.	Saya menilai harga produk ramah lingkungan ini wajar.					
Green distribution						
1.	Produk Lifebuoy mudah diperoleh tanpa harus melalui distribusi yang berlebihan.					
2.	Distribusi produk Lifebuoy memperhatikan dampak terhadap lingkungan.					
3.	Distribusi produk Lifebuoy mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan.					

2. Pernyataan Citra Merek (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	ST	N	S	SS
Identitas merek						
1.	Merek Lifebuoy memiliki identitas yang jelas dan mudah dikenali.					
2.	Logo dan desain visual merek Lifebouy mudah diingat.					
3.	Identitas Lifebuoy membuat saya mudah membedakannya dari merek lain.					
Kepribadian merek						
1.	Kepribadian Lifebuoy membuat saya merasa nyaman dan percaya untuk digunakan sehari-hari.					
2.	Kepribadian merek Lifebouy memengaruhi keputusan saya untuk membeli produk.					
3.	Lifebuoy memberikan kesan peduli dan perhatian terhadap keluarga.					
Asosiasi merek						
1.	Merek Lifebuoy memiliki citra yang positif di benak saya.					
2.	Lifebuoy memiliki citra sebagai merek yang menjaga kesehatan keluarga.					

3.	Lifebuoy sering muncul dalam ingatan saya saat akan membeli sabun.					
Sikap dan perilaku merek						
1.	Lifebuoy adalah merek yang dapat dipercaya dan berkualitas.					
2.	Saya percaya Lifebuoy adalah merek yang menjaga kesehatan.					
3.	Saya merasa nyaman menggunakan produk Lifebuoy.					
Keunggulan dan kompetensi merek						
1.	Lifebuoy efektif dalam melindungi dari kuman dan penyakit.					
2.	Lifebuoy dapat dipercaya dalam menjaga kualitas dan keamanan produknya.					
3.	Lifebuoy selalu menghadirkan inovasi yang bermanfaat bagi konsumen.					

3. Pernyataan Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
kemantapan dalam membeli						
1.	Saya merasa yakin dengan keputusan saya untuk membeli produk Lifebuoy					
2.	Saya tidak mengalami keraguan saat memutuskan untuk membeli produk Lifebuoy					
3.	Produk yang saya beli sesuai dengan kebutuhan saya					
Kesesuaian produk dengan kebutuhan						
1.	Saya membeli produk Lifebuoy karena benar-benar saya butuhkan.					
2.	Produk Lifebuoy membantu saya dalam memenuhi kebutuhan saya sehari-hari.					
3.	Manfaat produk Lifebuoy sesuai dengan tujuan saya saat membelinya.					
Keyakinan terhadap manfaat produk						
1.	Produk Lifebuoy memberikan manfaat nyata bagi saya.					
2.	Saya yakin produk Lifebuoy bermanfaat untuk digunakan dalam jangka waktu tertentu.					
3.	Manfaat produk Lifebuoy sesuai dengan harapan saya sebelum membeli.					
Minat untuk membeli ulang						

1.	Saya tertarik untuk terus menggunakan dan membeli kembali produk Lifebuoy					
2.	Saya tidak ragu untuk melakukan pembelian ulang produk Lifebuoy					
3.	Saya tidak berniat beralih ke produk sejenis lainnya.					
Rekomendasi kepada orang lain						
1.	Saya bersedia merekomendasikan produk Lifebuoy kepada orang lain.					
2.	Saya akan memberikan ulasan positif tentang produk Lifebouy kepada orang lain.					
3.	Saya percaya produk Lifebuoy layak untuk direkomendasikan.					





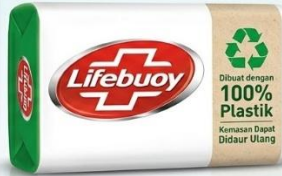
BUKTI KONKRET GREEN MARKETING PADA PRODUK LIFEBUOY



1. KEMASAN RAMAH LINGKUNGAN

Dibuat dengan
**100% Plastik
Daur Ulang**

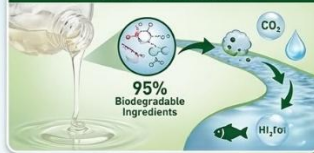
Kemasan Dapat
Didaur Ulang



Dibuat dengan
100% Plastik
Kemasan Dapat
Didaur Ulang

2. FORMULA BIODEGRADABLE (MUDAH TERURAI)

**95% Biodegradable
Ingredients**



3. KAMPANYE HEMAT AIR & KESEHATAN

Hemat Hingga
**9 Liter Air
Per Botol***

*Membilas Lebih Cepat



4. MINYAK SAWIT BERKELANJUTAN

100%
Bersumber dari
Perkebunan Sawit
Berkelanjutan
Bebas Deforestasi

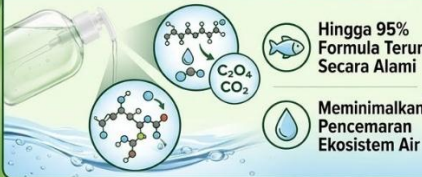


IMPLEMENTASI “MEMAKAI EBAHAN RAMAH LINGKUNGAN” PADA PRODUK LIFEBUOY

1. FORMULA BIODEGRADABLE (MUDAH TERURAI)



2. SUMBER MINYAK SAWIT BERKELANJUTAN



Hingga **95%**
Formula Terurai
Secara Alami

Meminimalkan
Pencemaran
Ekosistem Air



Menggunakan Minyak Sawit
Bersertifikasi RSPO

Bebas Deforestasi
& Menjaga Hutan

3. FORMULASI HEMAT AIR (WATER-SAVING)



Inovasi Formula “Bilas Cepat”
& Busa Terukur

Mendorong Konsumsi
Air yang Lebih Sedikit
saat Pemakaian



4. EKSTRAK ALAMI DALAM VARIAN PRODUK

Menonjolkan Manfaat
Bahan Alami

Varian dengan
Ekstrak Lemon,
Sirih, Honey, dll.



37	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	68
38	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	68
39	4	4	5	5	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	5	63
40	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	63
41	3	4	3	3	3	3	4	4	5	3	4	3	4	4	4	54
42	3	5	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	54
43	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	68
44	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	61
45	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	60
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
47	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	59
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
49	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
50	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	66
51	3	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	50
52	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	67
53	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	53
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
55	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	63
56	5	5	5	5	3	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	66
57	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	64
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
59	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	5	3	3	46
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
61	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
63	3	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	63
64	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	67
65	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
66	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
67	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	53
68	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	60
69	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	55
70	3	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	49
71	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	57
72	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
73	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	59
74	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
75	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	60
76	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	49

77	4	5	3	5	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	55
78	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	54
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
80	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
81	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	56
82	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	65
83	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	66
84	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	63
85	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	67
86	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	64
87	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	67
88	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
89	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	66
90	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	64
91	2	2	4	2	4	2	4	4	4	2	3	4	4	4	4	49
92	3	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	62
93	5	5	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	62
94	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	63
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
96	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	61
97	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	61
98	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	62
99	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	62
100	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	61
101	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	64
102	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	65
103	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
104	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	64
105	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	65
106	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	60
107	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	65
108	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	60
109	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	59
110	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	64
111	4	3	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	61
112	5	5	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	62
113	4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	60
114	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	59
115	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	59
116	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	58

[illegible]

[illegible]

37	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	68
38	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	73
39	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	65
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
41	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
42	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	52
43	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	66
44	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	70
45	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	60
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
47	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	3	63
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
50	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	71
51	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	59
52	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	73
53	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	64
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
55	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	70
56	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	70
57	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	60
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
59	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	59
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
64	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	71
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	62
66	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
67	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	55
68	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
69	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	54
70	4	4	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	46
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
73	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	62
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	61
75	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45

77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
78	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
81	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	56
82	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	68
83	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	66
84	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	66
85	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	69
86	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	65
87	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	65
88	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	66
89	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	63
90	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	65
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	58
92	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	3	4	5	4	3	61
93	4	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	62
94	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	64
95	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
96	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	65
97	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	65
98	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	63
99	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	65
100	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	63
101	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	62
102	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	66
103	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	64
104	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	63
105	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	67
106	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
107	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	67
108	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	61
109	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	65
110	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	62
111	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	64
112	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
113	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	62
114	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	64
115	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	59
116	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	62

[illegible]

[illegible]

[illegible]

77	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	4	4	55
78	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	55
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
81	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	49
82	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	64
83	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	65
84	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	64
85	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	67
86	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	67
87	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	63
88	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	64
89	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	62
90	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	64
91	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	50
92	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	5	60
93	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
94	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	63
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
96	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	67
97	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	66
98	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	67
99	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	65
100	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
101	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	61
102	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	66
103	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	64
104	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	63
105	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	67
106	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	65
107	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	66
108	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	65
109	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	63
110	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	66
111	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	58
112	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	61
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	60
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	60
115	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	62
116	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	60

117	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	61
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
119	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
120	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62
121	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
122	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	64
123	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	63
124	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	60
125	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	65
126	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	68
127	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	63
128	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	65
129	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
130	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	66
131	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	63
132	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	62
133	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
134	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	62
135	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	68
136	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	65
137	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	63
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
139	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	61
140	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	63
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
142	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	67
143	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	62
144	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	61
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	63
146	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
148	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	60
149	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	65
150	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	3	69

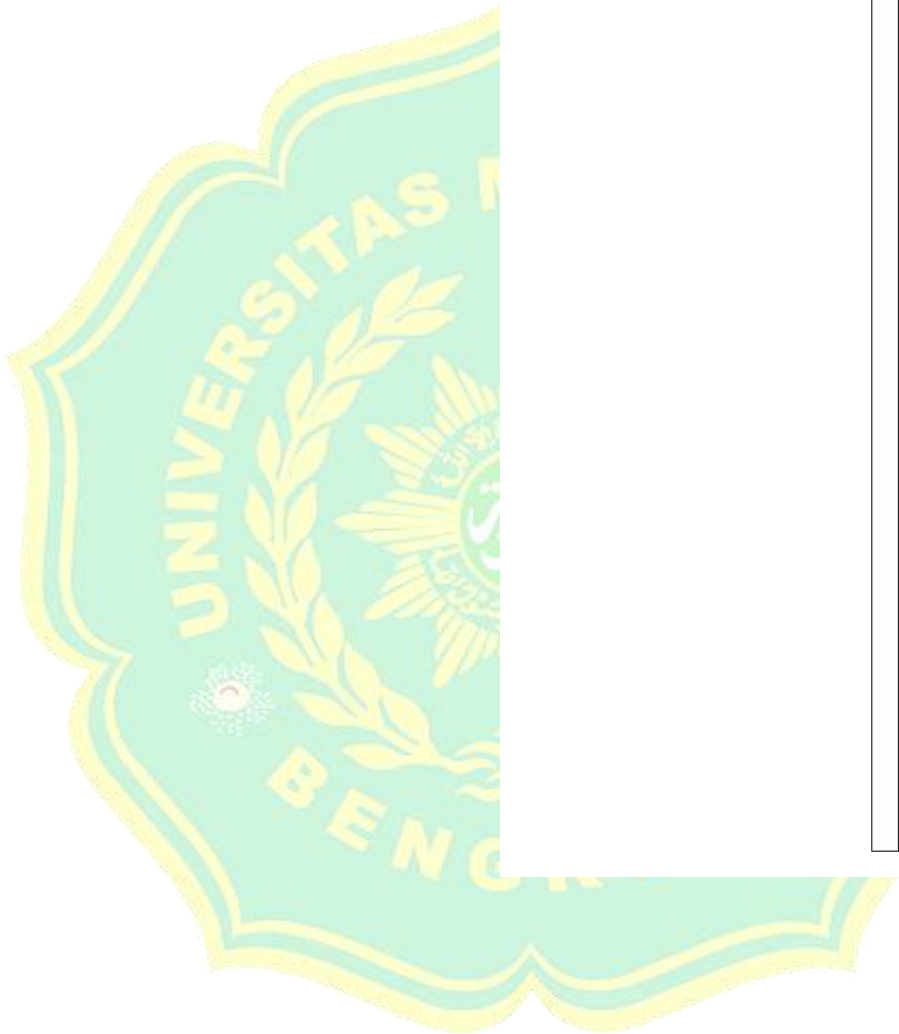
TOTAL	Pearson Correlation	.667**	.460**	.713**	.640**	.613**	.639**	.721**	.678**	.672**	.696**	.708**	.526**	.629**	.748**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	15





2. Cira Merak

Correlations																
	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	TOTAL
P01	Pearson Correlation	1														
	Sig. (2-tailed)	.620**	.374**	.281**	.363**	.444**	.407**	.457**	.373**	.464**	.431**	.473**	.327**	.370**	.441**	.633**
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
P02	Pearson Correlation	.620**	1													
	Sig. (2-tailed)	.000	.490**	.359**	.292**	.359**	.402**	.491**	.420**	.442**	.395**	.473**	.324**	.391**	.375**	.627**
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
P03	Pearson Correlation	.374**	.490**	1												
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.572**	.370**	.291**	.381**	.357**	.360**	.291**	.267**	.374**	.273**	.447**	.336**	.564**
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
P04	Pearson Correlation	.281**	.359**	.572**	1											
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.633**	.320**	.391**	.388**	.428**	.342**	.334**	.387**	.412**	.551**	.408**	.628**
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
P05	Pearson Correlation	.363**	.292**	.370**	.633**	1										
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.559**	.542**	.468**	.456**	.410**	.556**	.504**	.530**	.460**	.557**	.723**
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
P06	Pearson Correlation	.444**	.359**	.291**	.320**	.559**	1									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.687**	.717**	.432**	.560**	.510**	.583**	.482**	.407**	.534**	.751**
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
P07	Pearson Correlation	.407**	.402**	.381**	.391**	.542**	.687**	1								
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.688**	.482**	.566**	.622**	.621**	.451**	.469**	.573**	.784**
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
P08	Pearson Correlation	.457**	.491**	.357**	.388**	.717**	.688**	1								
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150

N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																			

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
.931	15	



[illegible]



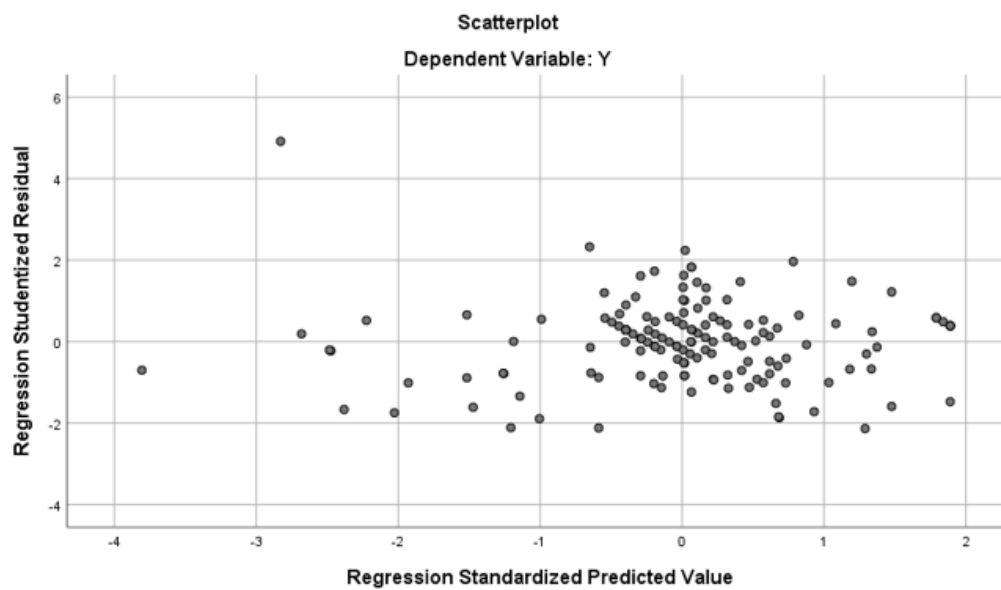
P08	Pearson Correlation	.615**	.485**	.532**	.637**	.548**	.452**	.503**	1		.618**	.633**	.516**	.530**	.391**	.444**	.443**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
P09	Pearson Correlation	.597**	.481**	.466**	.566**	.506**	.398**	.424**	.618**	1		.633**	.496**	.527**	.365**	.530**	.555**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
P10	Pearson Correlation	.624**	.536**	.459**	.663**	.534**	.530**	.534**	.633**	.633**	1		.610**	.529**	.559**	.585**	.388**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
P11	Pearson Correlation	.549**	.526**	.400**	.566**	.613**	.446**	.462**	.516**	.496**	.610**	1		.642**	.514**	.610**	.497**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
P12	Pearson Correlation	.635**	.509**	.486**	.580**	.616**	.413**	.424**	.530**	.527**	.529**	.642**	1		.649**	.659**	.523**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
P13	Pearson Correlation	.406**	.418**	.332**	.488**	.481**	.562**	.499**	.391**	.365**	.559**	.514**	.649**	1		.635**	.416**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
P14	Pearson Correlation	.566**	.499**	.465**	.598**	.610**	.459**	.402**	.444**	.530**	.585**	.610**	.659**	.635**	1		.460**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
P15	Pearson Correlation	.554**	.485**	.407**	.516**	.434**	.281**	.371**	.443**	.555**	.388**	.497**	.523**	.416**	.460**	1		.661**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	
TOTAL	Pearson Correlation	.798**	.730**	.673**	.813**	.756**	.666**	.670**	.754**	.738**	.795**	.768**	.794**	.699**	.772**	.661**	1	

One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.25119560
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.091
	Negative	-.064
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.004 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.161
Point Probability		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.362	2.594		.139	.889		
	Green marketing	.316	.079	.289	4.006	.000	.266	3.757
	citra merek	.663	.076	.632	8.751	.000	.266	3.757

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.388	1.698		3.174	.002
	Green marketing	-.097	.052	-.295	-1.876	.063
	citra merek	.048	.050	.151	.959	.339
a. Dependent Variable: Abs_RES						





Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.362	2.594		.139	.889
	Green marketing (X1)	.316	.079	.289	4.006	.000
	Citra merek (X2)	.663	.076	.632	8.751	.000
a. Dependent Variable: Keputusan pembelian (Y)						



Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.796	.793	3.273
a. Predictors: (Constant), Citra merek, <u>Green</u> marketing				





Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.362	2.594		.139	.889
	Green marketing	.316	.079	.289	4.006	.000
	Citra merek	.663	.076	.632	8.751	.000
a. Dependent Variable: Keputusan pembelian						



ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6146.603	2	3073.301	286.847	.000 ^b
	Residual	1574.971	147	10.714		
	Total	7721.573	149			
a. Dependent Variable: Keputusan pembelian						
b. Predictors: (Constant), Citra merek, Green marketing						



Tabel Nilai-nilai r Product Moment

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	38	0,320	0,413
4	0,950	0,990	39	0,316	0,408
5	0,878	0,959	40	0,312	0,403
6	0,811	0,917	41	0,308	0,398
7	0,754	0,874	42	0,304	0,393
8	0,707	0,834	43	0,301	0,389
9	0,666	0,798	44	0,297	0,384
10	0,632	0,765	45	0,294	0,380
11	0,602	0,735	46	0,291	0,376
12	0,576	0,708	47	0,288	0,372
13	0,553	0,684	48	0,284	0,368
14	0,532	0,661	49	0,281	0,364
15	0,514	0,641	50	0,279	0,361
16	0,497	0,623	55	0,266	0,345
17	0,482	0,606	60	0,254	0,330
18	0,468	0,590	65	0,244	0,317
19	0,456	0,575	70	0,235	0,306
20	0,444	0,561	75	0,227	0,296
21	0,433	0,549	80	0,220	0,286
22	0,423	0,537	85	0,213	0,278
23	0,413	0,526	90	0,207	0,270
24	0,404	0,515	95	0,202	0,263
25	0,396	0,505	100	0,195	0,256
26	0,388	0,496	125	0,176	0,230
27	0,381	0,487	150	0,159	0,210
28	0,374	0,478	175	0,148	0,194
29	0,367	0,470	200	0,138	0,181
30	0,361	0,463	300	0,113	0,148
31	0,355	0,456	400	0,098	0,128
32	0,349	0,449	500	0,088	0,115
33	0,344	0,442	600	0,080	0,105
34	0,339	0,436	700	0,074	0,097
35	0,334	0,430	800	0,070	0,091
36	0,329	0,424	900	0,065	0,086
37	0,325	0,418	1000	0,062	0,081

TitikPersentaseDistribusiFuntukProbabilita=0,05

df untuk penyebut (N2)	dfuntukpembilang(N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
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	1.79	1.77	1.74
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	1.79	1.76	1.74
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	1.79	1.76	1.74
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	1.79	1.76	1.74
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	1.79	1.76	1.74
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	1.79	1.76	1.74
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	1.79	1.76	1.74
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	1.79	1.76	1.74
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	1.79	1.76	1.74
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	1.79	1.76	1.74
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	1.79	1.76	1.74
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	1.79	1.76	1.73
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	1.79	1.76	1.73
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	1.79	1.76	1.73
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	1.79	1.76	1.73
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	1.79	1.76	1.73
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	1.79	1.76	1.73
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	1.78	1.76	1.73
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	1.78	1.76	1.73
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	1.78	1.76	1.73
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	1.78	1.76	1.73
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	1.78	1.76	1.73
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	1.78	1.75	1.73
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	1.78	1.75	1.73
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	1.78	1.75	1.73
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	1.78	1.75	1.73
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	1.78	1.75	1.73
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	1.78	1.75	1.73
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	1.78	1.75	1.73
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	1.78	1.75	1.73
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	1.78	1.75	1.73
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	1.78	1.75	1.73
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	1.78	1.75	1.73
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	1.78	1.75	1.73
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	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72