

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Haris, 2013. Evaluasi Pembelajaran. Yogyakarta : Multi Pressindo.
- Ahmad, R and F. Buttle (2001), "Customer Retention: A Potentially Potent Marketing Manajemen strategi," Jurnal of Strategic Marketing, Vol 9, pp. 29-45.
- Alma, Buchari, 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: CV Alfabeta.
- Ang, Lawrence., Francis Buttle. (2006). Customer retention management processes A quantitative study, European Journal of Marketing Vol. 40. No. 1/2, 2006, pp. 83-99
- Aspinall, V dan M. Cappello. 2009. Introduction To Veterinary Anatomy and Physiology textbook Second Edition. China: Elsevier.
- Cialdini, R. B. (1984). Influence : The Psychology of Persuasion. July.
- Cutlip, Scott M. Allen H, Center. Broom, Glen M. 2005. Effective Public Relations. Edisi 8
- Danish, R., Humayon, A., Shahid, A., Ahmad, H., & Murtaza, G. (2015). Relationship Between Perceived Organizational Support and Organizational Citizenship Behavior; a Study of Employees in National Highway Authority of Pakistan. American Journal of Economics, Finance and Management, 1, 195–199.
- Finy F. Basarah and Gustina Romaria, "Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial," Jurnal Abdi Masyarakat 5, no. 2 (2020): Hlm. 24, accessed February 1, 2023, <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/jam/article/view/7536/3106>
- Guanxiong Huang, "Platform Variation and Content Variation on Social Media: A Dual-Route Model of Cognitive and Experiential Effects," Journal of Promotion Management 26, no. 3 (April 15, 2020): Hlm. 396-433, accessed February 1, 2023, <https://doi.org/10.1080/10496491.2019.1699633>.
- Hatane, Samuel. 2007. Jurnal Manajemen Pemasaran vol. 2 no 1

Harris, Thomas L. *The Marketer's Guide To Public Relation*. New York: John Wiley & Sons Inc. 1991

Heryanto, Gun gun, & Irwa Zarkasy, *Public Relations Politik*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2012

Husna, Jazimatul. "Peran Pustakawan Sebagai Kreator Konten Digital." *Anuva: Jurnal*

Juju, dan Feri Sulianta. 2010. *Branding Promotion With Social Network*. Jakarta. PT.Elex Media Komputindo

Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi 3, no. 2 (June 21, 2019): Hlm. 173–84, accessed September 1, 2023, <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/anuva/article/view/5236/2819>. Universitas Kristen Maranatha

Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.

Kotler, P., & Gary Armstrong, 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Terjemahan Bob Sebran. Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016 *Manajemen Pemasaran* , Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.

Lauster, P. (1997). *Tes kepribadian (Terjemahan)*. Yogyakarta: Kanisius.

Ndubisi, Nelson Oly, Chan Kok dan Gibson C. Ndubisi. 2007. "SupplierCustomer Relationship Management and Customer Loyalty. The Banking Industry Perspective". *Journal of Enterprise Information Management*. Vol. 20No. 2, pp. 222-236.

Ndubisi, N.O. (2007). *Relationship Marketing and Customer Loyalty. Marketing Intelligence and Planning*, Vol 25, No. 1, 2007, pp. 98106. from Emerald group publishing limited.

Nielsen, J. 2012. How Many Test Users in a Usability Study? <https://www.nngroup.com/articles/how-many-test-users/>, 30 Desember 2016

Nielsen. 2014. The Nielsen Global Survey of E-Commerce. <http://www.nielsen.com/us/en/insights/reports/2014/e-commerce-evolution-or-revolution-in-the-fast-moving-consumer-goods-world.html>, 29 Desember 2016.

Maulana, I., & Kamila, A. R. (2022, September). Pengaruh Self-Concept Dan Lifestyle Terhadap Minat Berkunjung Pada Destinasi Wisata di Kabupaten Purwakarta. *E-QIEN : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 560-565.

Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Bahasa Indonesia, Hlm. 805.

Swasta, B. Dharmmesta, (1999). “Loyalitas Pelanggan. Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan bagi Peneliti”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. Vol 14/3: 73-88.

Ranaweera, Chatura dan Jaideep Prabhu. 2003. On The Relative Importance of Customer Satisfaction and Trust as Determinants of Customer Retention and Positive Word of Mouth. “*Journal of Targeting, Measurement and Analysis of Marketing*”. Vol. 12. No. 1. Pg. 82-90.

Timothy, et al. (2011). “Effects of leadership style on organizational performance: A survey of selected small scale enterprises in ikosi-ketu Council development area of lagos state, Nigeria”. *Australian Journal of Business and Management Research* Vol.1 No.7 [100-111] | Oktober-2011

Wikipedia, Konten diakses dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Konten> Pada Tanggal 3 September 2019



**PENGARUH *PUBLIC RELATION* DAN KONTENT DI TIKTOK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GEN Z DI
PASAR KEPAHYANG KABUPATEN KEPAHYANG**

LEMBAR KUESIONER

A. Pengantar

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh, mohon bantuan dan partisipasi dari Bapak/Ibu responden untuk ketersediaannya dalam mengisi kuesioner penelitian ini. Jawaban yang anda berikan akan sangat membantu penelitian ini, dan kuesioner ini hanya dapat digunakan apabila seluruh jawaban ini juga sangat terjaga kerahasiannya.

Saya sangat menghargai pengorbanan waktu dan sumbangan pemikiran Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini. Saya Gilang Fajri Afif Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Bengkulu.

Oleh karena itu, Saya mengucapkan terimakasih. Semoga amal baik Saudara/i mendapat balasan dari Allah SWT. Amin. Amin Yaa Rabbal Alamin.

B. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
 Umur Tahun
 Jenis Kelamin* : Laki-Laki/ Perempuan

C. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah sejumlah pernyataan dibawah ini dengan teliti.
2. Mohon kuesioner ini diisi dengan lengkap dari seluruh pertanyaan yang ada
3. Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang tersedia
4. Terdapat 5 alternatif pengisian jawaban, yaitu :

Sangat setuju (SS)	= diberi bobot 5 (lima)
Setuju (S)	= diberi bobot 4 (empat)
Ragu -ragu (RR)	= diberi bobot 3 (tiga)
Tidak Setuju (TS)	= diberi bobot 2 (dua)
Sangat tidak setuju (STS)	= diberi bobot 1 (satu)

D. Public Relation (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Berita akan perusahaan selalu baik sehingga pelanggan akan tertarik					
2.	Gambaran perusahaan yang unik akan memberikan suatu daya tarik tersendiri bagi pelanggan					
3.	Pelayanan yang diberikan menjadi kegiatan yang di nomor satukan dalam pelayanan pelanggan					

E. Konten (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Pemberitaan yang dilakukan harus Relevansi dengan produk yang disampaikan					
2.	Berita yang disampaikan akan memberikan Akurasi pada konsumen yang membeli					
3.	Produk harus lebih Bernilai di hati konsumen					
4.	Penyampain konten yang di akukan Mudah dipahami oleh konsumen					
5.	Informasi yang disampaikan harus Mudah ditemukan oleh konsumen					
6.	Produk yang dijual harus Konsisten dengan kenyataan kepada konsumen					

F. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Dalam pembelian sebuah produk dengan tujuan yang jelas dalam membeli produk					
2.	Informasi yang baik akan menciptakan keputusan yang tepat dalam pembelian					
3.	Dengan melihat dan memberikan informasi yang jelas akan produk akan memberi kemantapan dalam pembelian					
4.	Memberikan rekomendasi kepada pelanggan dalam mengambil keputusan pembelian					
5.	Setelah konsumen puas akan membuat terjadinya pembelian ulang pada produk tiktok					

**PENGARUH PUBLIC RELATION DAN KONTEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA GEN Z DI KABUPATEN KEPAHYANG**

Res p	KEPUTUSAN PEMBELIAN					J M L	PUBLIC RELATION			JM L	KONTEN						JM L
	y1	y2	y3	y4	y5		x1. 1	x1. .2	x1. 3		x2. .1	x2. 2	x2. 3	x2. 4	x2. 5	x2. 6	
1	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15	5	5	5	5	5	4	29
2	4	5	4	4	5	22	5	4	4	13	4	4	5	5	4	4	26
3	5	4	3	4	5	21	4	4	4	12	4	5	5	4	4	3	25
4	3	3	5	4	4	19	3	3	3	9	4	4	4	3	3	5	23
5	4	3	3	5	3	18	3	3	3	9	5	3	3	3	3	3	20
6	5	4	5	5	5	24	4	5	4	13	5	5	4	4	5	5	28
7	4	4	3	3	4	18	4	3	4	11	3	4	5	4	3	3	22
8	3	4	3	3	5	18	4	3	4	11	3	5	3	4	3	4	22
9	4	3	3	5	4	19	3	3	3	9	5	4	4	3	3	4	23
10	4	3	3	3	4	17	3	5	3	11	3	4	3	3	5	4	22
11	4	3	3	3	3	16	3	5	3	11	3	3	3	3	5	3	20
12	4	3	3	4	5	19	3	4	3	10	4	5	5	3	4	4	25
13	3	4	3	4	3	17	3	3	3	9	4	3	3	3	3	3	19
14	3	4	3	4	4	18	4	4	4	12	4	4	3	4	4	3	22
15	4	4	4	3	3	18	4	3	4	11	3	3	4	4	3	4	21
16	4	5	5	4	4	22	5	5	5	15	4	4	3	5	5	5	26
17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24
18	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12	4	4	5	4	4	4	25
19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24
21	3	4	4	4	4	19	4	3	4	11	4	4	3	4	3	4	22
22	3	4	3	4	4	18	3	4	4	11	3	4	4	3	4	3	21
23	4	4	5	5	5	23	4	4	4	12	5	5	5	4	4	5	28
24	4	3	4	4	4	19	3	4	3	10	4	4	3	3	4	4	22
25	4	5	5	4	4	22	5	4	5	14	4	4	4	5	4	5	26
26	3	3	3	3	4	16	3	4	3	10	3	4	4	3	4	3	21
27	5	5	4	5	3	22	5	3	5	13	5	3	4	5	3	4	24
28	4	3	3	3	4	17	3	4	3	10	3	4	3	3	4	3	20
29	5	5	4	4	5	23	5	4	5	14	4	5	5	5	4	4	27
30	4	5	5	4	4	22	5	4	5	14	4	4	4	5	4	5	26
31	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12	4	4	5	4	4	4	25
32	4	4	5	5	5	23	4	4	4	12	5	5	5	4	4	5	28
33	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12	4	4	3	4	4	4	23
34	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12	4	4	3	4	4	4	23

35	4	5	5	5	3	22	5	5	5	15	5	3	4	5	5	5	27
36	3	3	3	4	3	16	3	3	3	9	4	3	3	3	3	3	19
37	4	3	3	4	5	19	3	4	3	10	4	5	5	3	4	3	24
38	3	3	3	3	3	15	3	5	3	11	3	3	3	3	5	3	20
39	4	3	3	5	4	19	3	3	3	9	5	4	4	3	3	3	22
40	3	4	3	3	5	18	4	3	4	11	3	5	3	4	3	3	21
41	5	4	5	5	5	24	4	5	4	13	5	5	4	4	5	5	28
42	4	3	2	2	3	14	3	5	3	11	2	3	2	3	5	2	17
43	3	3	5	4	4	19	3	3	3	9	4	4	4	3	3	5	23
44	5	5	4	3	5	22	5	4	5	14	3	5	5	5	4	4	26
45	4	4	3	4	4	19	4	5	4	13	4	4	2	4	5	3	22
46	3	3	4	4	4	18	3	4	3	10	4	4	3	3	4	4	22
47	5	5	4	4	5	23	5	4	5	14	4	5	5	5	4	4	27
48	2	2	3	3	4	14	2	4	2	8	3	4	3	2	4	3	19
49	5	4	3	4	5	21	4	4	4	12	4	5	5	4	4	3	25
50	3	3	5	4	4	19	3	3	3	9	4	4	4	3	3	5	23
51	4	3	2	2	3	14	3	3	3	9	2	3	2	3	3	2	15
52	5	4	5	5	5	24	4	5	4	13	5	5	4	4	5	5	28
53	4	4	3	3	4	18	4	3	4	11	3	4	5	4	3	3	22
54	3	4	3	3	5	18	4	3	4	11	3	5	3	4	3	3	21
55	4	3	3	5	4	19	3	3	3	9	5	4	4	3	3	3	22
56	3	3	3	3	3	15	3	5	3	11	3	3	3	3	5	3	20
57	2	3	3	3	3	14	3	3	3	9	3	3	3	3	3	3	18
58	4	3	3	4	5	19	3	4	3	10	4	5	5	3	4	3	24
59	3	3	3	4	3	16	3	3	3	9	4	3	3	3	3	3	19
60	3	4	3	4	4	18	4	4	4	12	4	4	3	4	4	3	22
61	3	4	4	4	4	19	4	3	4	11	4	4	3	4	3	4	22
62	3	3	4	4	4	18	4	4	3	11	4	4	3	4	4	4	23
63	4	4	5	5	5	23	4	4	4	12	5	5	5	4	4	5	28
64	4	3	4	4	4	19	3	4	3	10	4	4	3	3	4	4	22
65	4	5	5	4	4	22	5	4	5	14	4	4	4	5	4	5	26
66	3	3	3	3	4	16	3	4	3	10	3	4	4	3	4	3	21
67	5	5	4	5	3	22	5	3	5	13	5	3	4	5	3	4	24
68	4	3	3	3	4	17	3	4	3	10	3	4	3	3	4	3	20
69	5	5	4	4	5	23	5	4	5	14	4	5	5	5	4	4	27
70	4	5	5	4	4	22	5	4	5	14	4	4	4	5	4	5	26
71	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12	4	4	5	4	4	4	25
72	4	4	5	5	5	23	4	4	4	12	5	5	5	4	4	5	28
73	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12	4	4	3	4	4	4	23

74	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12	4	4	3	4	4	4	23
75	4	5	5	5	3	22	5	5	5	15	5	3	4	5	5	5	27
76	3	3	3	4	3	16	3	3	3	9	4	3	3	3	3	3	19
77	4	3	3	4	5	19	3	4	3	10	4	5	5	3	4	3	24
78	4	3	3	3	4	17	3	4	3	10	3	4	3	3	4	3	20
79	3	3	3	4	4	17	3	4	3	10	4	4	4	3	4	3	22
80	3	4	3	3	4	17	4	3	4	11	3	4	4	4	3	3	21
81	3	4	4	4	3	18	4	3	4	11	4	3	3	4	3	4	21
82	2	2	2	3	3	12	2	5	2	9	3	3	3	2	5	3	19
83	4	4	5	3	4	20	4	5	4	13	3	4	3	4	5	5	24
84	4	3	4	5	5	21	3	4	3	10	5	5	5	3	4	4	26
85	4	5	5	3	5	22	5	4	5	14	3	5	4	5	4	5	26
86	3	3	3	4	4	17	3	3	3	9	4	4	4	3	3	3	21
87	5	5	4	4	4	22	5	3	5	13	4	4	4	5	3	4	24
88	4	3	3	3	3	16	3	4	3	10	3	3	4	3	4	3	20
89	5	5	4	4	4	22	5	5	5	15	4	4	4	5	5	4	26
90	4	5	5	3	4	21	5	5	5	15	3	4	4	5	5	5	26
91	3	4	4	3	3	17	4	4	4	12	3	3	3	4	4	4	21
92	4	4	5	3	2	18	4	4	4	12	3	5	3	4	4	5	24
93	3	4	4	4	3	18	4	3	4	11	4	3	3	4	3	4	21
94	3	4	4	5	5	21	4	4	4	12	5	5	4	4	4	4	26
95	4	5	5	4	5	23	5	4	5	14	4	5	5	5	4	5	28
96	3	3	3	4	4	17	3	3	3	9	4	4	5	3	3	3	22
97	4	3	3	3	3	16	3	2	3	8	3	3	4	3	2	3	18
98	4	3	3	4	4	18	3	3	3	9	4	4	4	3	3	3	21
99	5	5	4	3	4	21	5	5	5	15	3	4	3	5	5	4	24
100	4	5	5	4	5	23	5	5	5	15	4	5	3	5	5	5	27
101	5	5	4	4	5	23	4	5	5	14	5	5	5	4	5	4	28
102	4	4	3	3	4	18	4	3	4	11	3	4	3	4	3	4	21
103	5	4	3	4	5	21	3	4	4	11	4	5	5	3	4	3	24
104	3	3	5	4	4	19	5	4	3	12	4	4	4	5	4	5	26
105	4	3	2	5	3	17	2	5	3	10	5	3	2	2	5	2	19
106	5	4	5	5	5	24	5	5	4	14	5	5	4	5	5	5	29
107	4	4	3	3	4	18	3	3	4	10	3	4	5	3	3	3	21
108	3	4	3	3	5	18	4	3	4	11	3	5	3	4	3	4	22
109	4	3	3	5	4	19	4	5	3	12	5	4	4	4	5	4	26
110	3	3	4	3	3	16	4	3	3	10	4	3	4	4	3	4	22
111	4	3	3	3	3	16	3	3	3	9	3	4	3	3	3	3	19
112	4	3	3	4	5	19	4	4	3	11	4	5	5	4	4	4	26

113	3	3	3	4	3	16	3	4	3	10	4	3	3	3	4	3	20
114	3	4	3	4	4	18	3	4	4	11	4	4	3	3	4	3	21
115	4	4	4	3	3	18	4	3	4	11	3	3	4	4	3	4	21
116	4	5	5	4	4	22	5	4	5	14	4	4	3	5	4	5	25
117	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24
118	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12	4	4	5	4	4	4	25
119	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24
120	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24
121	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12	4	4	3	4	4	4	23
122	4	3	4	3	4	18	3	3	4	10	2	4	4	3	3	3	19
123	4	4	5	5	5	23	5	5	4	14	5	5	5	5	5	5	30
124	4	3	4	4	4	19	4	4	3	11	4	4	3	4	4	4	23
125	4	5	5	4	4	22	5	4	5	14	4	4	4	5	4	5	26
126	3	3	3	3	4	16	3	3	3	9	3	4	4	3	3	3	20
127	5	5	4	5	3	22	4	5	5	14	5	3	4	4	5	4	25
128	4	3	3	3	4	17	3	3	3	9	3	4	3	3	3	3	19
129	5	5	4	4	5	23	4	4	5	13	4	5	5	4	4	4	26
130	4	5	5	4	4	22	5	4	5	14	4	4	4	5	4	5	26
Jml	490	496	490	502	524		496	504	495		502	527	496	496	504	497	
Rata	##	#	#	#	#	#	##	#	3,81	#	#	#	#	#	#	##	##

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.946 ^a	.895	.893	.85143

a. Predictors: (Constant), Konten, Public Relation

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^b

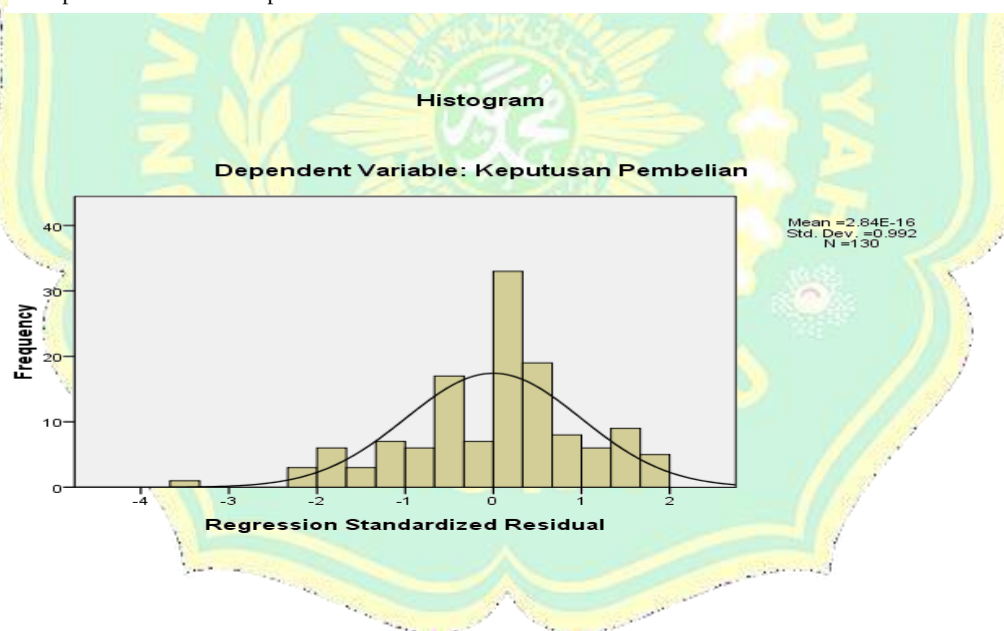
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	784.056	2	392.028	540.778	.000 ^a
Residual	92.067	127	.725		
Total	876.123	129			

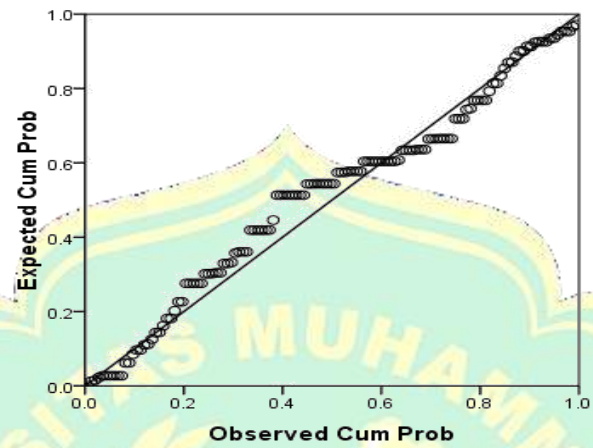
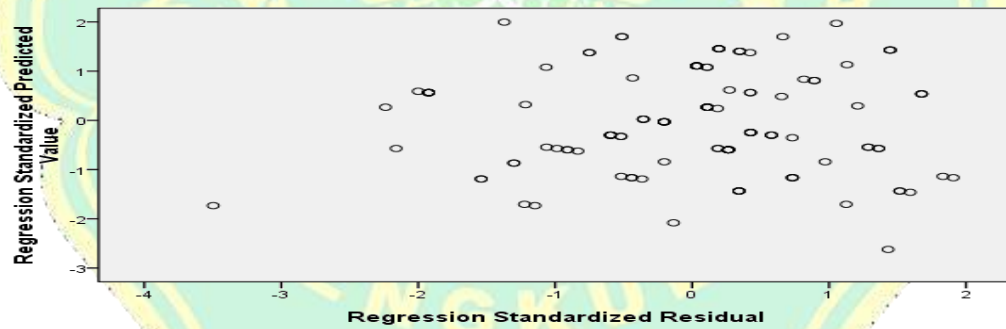
a. Predictors: (Constant), Konten, Public Relation

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.190	.585		.326	.745		
Public Relation	.667	.048	.470	13.961	.000	.731	1.368
Konten	.732	.040	.613	18.212	.000	.731	1.368

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**Dependent Variable: Keputusan Pembelian****Scatterplot****Dependent Variable: Keputusan Pembelian**

Frekwensi

y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2.3	2.3	2.3
	3	44	33.8	33.8	36.2
	4	63	48.5	48.5	84.6
	5	20	15.4	15.4	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.5	1.5	1.5
	3	48	36.9	36.9	38.5
	4	52	40.0	40.0	78.5
	5	28	21.5	21.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	3.1	3.1	3.1
	3	52	40.0	40.0	43.1
	4	44	33.8	33.8	76.9
	5	30	23.1	23.1	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.5	1.5	1.5
	3	37	28.5	28.5	30.0
	4	68	52.3	52.3	82.3
	5	23	17.7	17.7	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.8	.8	.8
	3	28	21.5	21.5	22.3
	4	67	51.5	51.5	73.8
	5	34	26.2	26.2	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

x1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2.3	2.3	2.3
	3	46	35.4	35.4	37.7
	4	53	40.8	40.8	78.5
	5	28	21.5	21.5	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

x1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.8	.8	.8
	3	39	30.0	30.0	30.8
	4	65	50.0	50.0	80.8
	5	25	19.2	19.2	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

x1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.5	1.5	1.5
	3	48	36.9	36.9	38.5
	4	53	40.8	40.8	79.2
	5	27	20.8	20.8	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

x2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2.3	2.3	2.3

3	36	27.7	27.7	30.0
4	67	51.5	51.5	81.5
5	24	18.5	18.5	100.0
Total	130	100.0	100.0	

x2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	27	20.8	20.8	20.8
4	69	53.1	53.1	73.8
5	34	26.2	26.2	100.0
Total	130	100.0	100.0	

x2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	3.1	3.1	3.1
3	47	36.2	36.2	39.2
4	48	36.9	36.9	76.2
5	31	23.8	23.8	100.0
Total	130	100.0	100.0	

x2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	2.3	2.3	2.3
3	46	35.4	35.4	37.7
4	53	40.8	40.8	78.5
5	28	21.5	21.5	100.0
Total	130	100.0	100.0	

x2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	.8	.8	.8
3	39	30.0	30.0	30.8
4	65	50.0	50.0	80.8
5	25	19.2	19.2	100.0
Total	130	100.0	100.0	

x2,6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2.3	2.3	2.3
	3	46	35.4	35.4	37.7
	4	52	40.0	40.0	77.7
	5	29	22.3	22.3	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

