

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti lakukan pada bab sebelumnya, terdapat beberapa kesimpulan mengenai “Pengaruh Diskon, Promosi dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Aplikasi Tokopedia (Kota Tangerang dan Sekitarnya)”, yakni :

1. Disimpulkan bahwa Diskon (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), sesuai dengan hasil koefisien determinasi secara parsial yang didapat sebesar 59,1%, dan dibuktikan melalui uji hipotesis secara parsial (uji t) maka didapat $t_{hitung} 11,709 > t_{tabel} 1,98580$, maka dapat dikatakan bahwa Diskon (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), Sehingga H_1 diterima dan H_0 ditolak.
2. Disimpulkan bahwa Promosi (X_2) terbukti berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), sesuai dengan hasil koefisien determinasi parsial yang didapat sebesar 72,6%, dan dibuktikan melalui uji hipotesis secara parsial (uji t) maka didapat nilai sebesar $t_{hitung} 15,876 > t_{tabel} 1,98580$, maka dapat dikatakan bahwa Promosi (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), sehingga H_2 diterima dan H_0 ditolak.

3. Disimpulkan bahwa Kemudahan Transaksi (X_3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), sesuai dengan hasil koefisien determinasi parsial sebesar 74,8%, dan dibuktikan melalui uji hipotesis secara parsial (uji t) maka didapat nilai sebesar t_{hitung} 16,777 > t_{tabel} 1,98580, maka dapat dikatakan bahwa Kemudahan Transaksi (X_3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y), Sehingga H_3 diterima dan H_0 ditolak.
4. Disimpulkan bahwa variabel bebas yakni Diskon (X_1), Promosi (X_2), dan Kemudahan Transaksi (X_3) berpengaruh terhadap variabel terikat yakni Keputusan Pembelian (Y), sesuai dengan hasil koefisien determinasi simultan sebesar 80,9%, dan dibuktikan melalui uji hipotesis secara simultan (uji F) maka didapat nilai sebesar F_{hitung} 136,505 > F_{tabel} 2,70, maka dapat dikatakan bahwa Diskon (X_1), Promosi (X_2), dan Kemudahan Transaksi (X_3) berpengaruh secara simultan Keputusan Pembelian (Y), Sehingga H_4 diterima dan H_0 ditolak.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijelaskan dan kesimpulan pada penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa variabel Diskon, Promosi dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian berpengaruh secara signifikan ke arah positif, baik secara parsial maupun simultan, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

2. Bagi Tokopedia

Perusahaan sebaiknya terus melakukan inovasi diskon dan promosi sehingga perusahaan dapat meningkatkan penjualan produk dan menjadi opsi utama dalam berbelanja melalui *e-commerce* dan memperbanyak opsi pembayaran dengan tujuan menjangkau lebih banyak konsumen dan mempermudah konsumen, serta dapat memberikan kesan positif bagi para investor yang mungkin memiliki ketertarikan untuk bergabung.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mencoba menggunakan variabel lain di luar diskon, promosi dan kemudahan transaksi untuk menunjukkan hal lain yang mungkin turut mempengaruhi keputusan pembelian. Dan juga diharapkan peneliti selanjutnya dapat memperbaiki segala kekurangan pada penelitian ini dan melakukan penelitian lebih mendalam untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Anggriana, R., Qomariah, N., Santoso, D. B., Uiversitas, F. E., & Jember, M. (2017). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online “Om-Jek” Jember Effect of Price, Promotion, Quality of Service on Customer Satisfaction Service Ojek Online “Om-Jek” Jember. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 7(2), 2017.
- Aryani, A. R. (2019). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Diskon Dan Reward Point Ovo (Studi pada Aplikasi Grab di Surakarta). *Jurnal Al-Hakim: Jurnal Ilmiah Mahasiswa, Studi Syariah, Hukum Dan Filantropi*, 1(2), 209–222. <https://doi.org/10.22515/alhakim.v1i2.2311>
- Carlinda, G. S. (2020). *Pengaruh Potongan Harga Terhadap Omzet Penjualan Produk Good Time Pada PT. Arnotts Pekanbaru Ditinjau Mneurut Ekonomi Islam*. <http://repository.uin-suska.ac.id/31111/>
- Devi Anugrah Heni, Bambang Mursito, R. D. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Transaksi, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pengguna Situs Shopee. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(2), 146–150.
- Dewi, nia safitri, & Prabowo, rokh eddy. (2018). "Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). *Prosiding SENDI_U 2018, 2016*, 711.
- Fauzan, M. I., & Sujana, S. (2022). Pengaruh Kelengkapan Fitur Aplikasi, Kemudahan Transaksi, Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Pada Aplikasi TIX ID. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(1). <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i1.1377>
- Fenti Hikmawati. (2018). *Metodologi Penelitian (Ke-2)*. Rajagrafindo Persada.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Dipenegoro.
- Gunawan, A. C., & Susanti, F. (2017). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*. <https://osf.io/preprints/inarxiv/npjqh/>

- Gunawan, I., Kusnawan, A., Hernawan, E., Anggraeni, R. R. D., & Purnama, M. (2021). *Pelatihan Kewirausahaan dan Pemasaran Home Industry Melalui Media Digital Pada Paguyuban Sosial Marga Tionghoa Indonesia Cabang Tangerang The technological developments that are happening nowadays are growing rapidly . All aspects of human life in their a. 1(1)*, 23–29. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ad/article/view/566>
- Hartini, S., & Sari, D. R. (2020). Pengaruh Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Mie Korea. *Jurnal Bisnisan : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 2(1), 31–42. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v2i1.15>
- Hasmawati, F. (2018). Manajemen Dalam Komunikasi. *Al-Idarah*, 5(6), 76–86.
- Hernawan, E. (2019). Pengaruh Promosi Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedap Di Tangerang. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 57. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.164>
- Hernawan, E., & Andy. (2018). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen gerai Alfamidi Taman Royal Tangerang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16, 1–8. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>
- KOMPAS.com. (2022). *Mengenal Sejarah Berdirinya Tokopedia Hingga Melantai di Bursa Efek Indonesia*. <https://tekno.kompas.com/read/2022/06/04/17150077/mengenal-sejarah-berdirinya-tokopedia-hingga-melantai-di-bursa-efek-indonesia?page=all>
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs Mataharimall.Com*. 6, 1–8.
- Lestari, N. F., Pradana, R. F. J. D., Khairunnisa, S., Febriyanti, R., Yuniasti, N., Valentina, F., Rifai, A., Yanti, E. D. P., Indriyani, Y., Putri, B. S. L., Fitria, A., Yuliati, D., Danti, R., Masyaroh, S., & Margaretha, J. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (I. Muis (ed.); Pertama). deepublish.
- Lestari, S. I. P. (2018). Pengaruh Price Discount dan Bonus Pack terhadap Impulse Buying melalui Nilai Hedonik di Carrefour Surakarta. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 7(2), 129. <https://doi.org/10.30588/jmp.v7i2.362>
- Lubis, R. R. (2021). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah*.

[http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/14990/SKRIPSI Rodhitur Rahman Lubis.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/14990/SKRIPSI%20Rodhitur%20Rahman%20Lubis.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Mulyana, M. (2019). Inisiasi VIII Strategi Promosi dan Komunikasi. *Materi Tutorial Online Ekma 4216 Manajemen Pemasaran*, 57–63.
- Mursalin, A., & Octaviani, D. (2021). *Manajemen Pemasaran I (I)*. deepublish.
- Nainggolan, N. P. (2018). Analisis Pengaruh Merek, Potongan Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Balerang*, 3(1), 84–95.
- Nasution, L. M. (2017). *Statistik Deskriptif*.
- Nur Fadilah. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. *Salimiya*, 1(2), 208. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya>
- Oktavia, F., & Fageh, A. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.11196>
- Pinem, R. J., Afrizal, T., & Saputra, J. (2020). The Relationship of Cashback, Discount, and Voucher toward Decision to Use Digital Payment in Indonesia. *Talent Development & Excellent*, 12(3s), 2766–2774. https://www.researchgate.net/profile/Teuku-Afrizal-3/publication/342278356_The_Relationship_of_Cashback_Discount_and_Voucher_toward_Decision_to_Use_Digital_Payment_in_Indonesia/links/5eeb9805a6fdcc73be85a647/The-Relationship-of-Cashback-Discount-and-Vouch
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. 6(4), 3068–3077.
- Rahayu, D. W. S. (2019). Penerapan Diskon Dalam Menarik Minat Beli Konsumen Di Matahari Departement Store Kediri Town Square. *AKUNTABILITAS: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 12(2), 42–51. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i2.915>
- Razali, G., Andamisari, D., & ... (2022). Pengaruh Promosi Diskon Dan Gratis Ongkir Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Citizen: Jurnal Ilmiah ...*, 2(3), 482–491. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.132>
- Salsabilah, N. A. (2020). *Pengaruh Diskon Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Simplicity Plaza Surabaya*. <http://repository.upnjatim.ac.id/746/>

- Saputra, ignatius irvan tjahjady. (2021). *Pengaruh E-Service Quality, Word Of Mouth, Dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pengguna Grabcar Pada Mahasiswa/I Di Wilayah Tangerang*. 99.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Setiawan, C., Maulana, U., Ibrahim, M., & Cirebon, I. (2023). *Manajemen Evaluasi Kinerja Guru di Pondok Pesantren Al-Iman Putra Ponorogo*. 2(09), 1873–1882. <https://doi.org/10.36418/comserva.v2i09.567>
- Sinambela, L. P., & Sarton Sinambela. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Monalisa (Ed.)). Rajagrafindo Persada.
- Sugandha, S. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Stress Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus di PT. KEONG NUSANTARA ABADI). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 38. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.173>
- Sugandha, Tholok, F. W., Janamarta, S., & Dharma, U. B. (2022). *Application Of Marketing Mix To Improve Consumer Purchasing Decision Culinary Pasar Lama In Tangerang*. 2, 1–12. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/download/966/630>
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian & Pengembangan (Research and Development)* (S. Y. Suryandari (ed.); Ke-3). ALFABETA.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Bisnis* (S. Y. Suryandari (Ed.); Ke-3). Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Sutopo (Ed.)). Alfabeta.
- Susanto, D. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Harga Terhadap Minat Belanja Online Dedi Susanto Akademi Komunitas Dharma Bhakti Bangka*. 48–58.
- Tecoalu, M., Wahyoedi, S., & Kustiawan, E. (2021). *The Effect of Perception of Security, Easy of Transaction, and Shopping Experience on Purchase Decision and its Implications on Customers Satisfaction (Case Study of Geraipedia Jabodetabek Customers)*. 2, 1–16.
- Uruf Yusuf Alghifari, & Rahayu, T. S. M. (2021). *purposive sampling*. 15(2).

- Veronika, A., & Hernawan, E. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Online Grabfood. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2).
<https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/download/1758/1083>
- Widiyanto, G., & Pujiarti, P. (2022). *The Influence of Price, Location, Promotion, and Service on Product Purchase Decision Making During The Covid-19 Pandemic (Case Study on Small and Medium Enterprises (UKM) of Kampung Sejahtera Mandiri Teras Pancasila Tangerang City, Banten)*. 20.
<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/912/487>
- Widiyanto, G., & Sugandha. (2019). Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Cepat Saji. *Ekonomi Bisnis*, 17(1), 1–12. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/86/49>
- Widiyanto, G., & Supriyanto, A. (2022). Pengaruh Promosi, Ulasan Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Lucky Beauty Store. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 41–55.
<https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/emabi/article/view/1249>
- Winata, A. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Media Sosial (Website) Terhadap Keputusan Pembelian PT. Duta Modernpack Jaya*. 1(2).
<http://repositori.buddhidharma.ac.id/1222/>
- Yuliyzar, I., & Effendi, U. (2020). *manajemen pemasaran* (N. Syahid (ed.); Pertama). EDU PUSTAKA.
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Bukalapak. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 90–105.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Pribadi

Nama : Ferdin
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 18 Februari 2002
Jenis Kelamin : Pria
Agama : Buddha
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Puri Naga Indah Blok B4 No. 19, Teluk Naga, Tangerang,
Banten
Nomor Telepon : 089616241913
Email : Limferdin18@gmail.com
IPK : 3,59



Riwayat Pendidikan

SD : SD Strada Sugiyo Pranoto SJ, Tangerang
SMP/MTS : SMP Strada Bhakti Mulia
SMA/SMK/MA : SMK Bonavita
Perguruan Tinggi : Universitas Buddhi Dharma

Tangerang, 4 Januari 2023



Ferdin

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran.1

Lampiran Kuesioner Penelitian

Dengan hormat,

Responden yang terhormat, saya Ferdin (20190500016), saya merupakan mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma Tangerang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Diskon, Promosi dan Kemudahan transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Tokopedia (Kota Tangerang dan Sekitarnya"** kuesioner digunakan peneliti sebagai alat pengumpulan data primer. Oleh karena itu, saya mohon atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i berkenan untuk meluangkan sedikit waktu mengisi/memberikan jawaban atas beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini. namun saya memohon kepada responden yang terhormat untuk mengisi sesuai dengan apa yang dirasakan atau sesuai dengan pengalaman responden dalam menggunakan aplikasi Tokopedia. Terima kasih atas perhatian dan waktu yang sudah diluangkan oleh Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini.

Hormat saya,

Ferdin

-Informasi yang dicantumkan akan dijaga kerahasiaannya. penelitian ini digunakan dengan tujuan ilmiah, kuesioner ini diperuntukkan bagi responden yang sudah pernah berbelanja pada aplikasi Tokopedia

A. Petunjuk Pengisian :

1. Dimohon atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi setiap point pernyataan kuesioner secara objektif di bawah ini dengan lengkap dan merupakan pilihan terakhir menurut Bapak/Ibu/Saudara/i.
2. Diperkenankan untuk hanya memilih 1 jawaban.
3. Keterangan pada kolom jawaban :
 - a. 1 : Sangat Tidak Setuju
 - b. 2 : Tidak Setuju
 - c. 3 : Netral
 - d. 4 : Setuju
 - e. 5 : Sangat Setuju

B. Data Responden :

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin : (Laki-laki) (Perempuan)
3. Usia : (15-25 Tahun) (26-36 Tahun) (37-47 Tahun)
(>47 Tahun)
4. Pendidikan Terakhir : (SD-SMA/SMK) (D1-D3) (S1) (S2)
5. Jenis Pekerjaan : (Pelajar/Mahasiswa) (Freelancer) (Pegawai Swasta)
(Pegawai Swasta) (Pegawai Negeri) (Wirausaha)

1. Variabel Diskon

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Aplikasi Tokopedia memberikan diskon yang besar					
2	Aplikasi Tokopedia menyediakan berbagai macam <i>voucher</i> diskon					
3	Aplikasi Tokopedia memiliki harga produk yang murah					
4	Jumlah pembelian memiliki pengaruh terhadap diskon pada Aplikasi Tokopedia					
5	Aplikasi Tokopedia memiliki diskon yang variative					
6	Aplikasi Tokopedia memberikan diskon berdasarkan fungsi produk					
7	Aplikasi Tokopedia memberikan diskon spesial pada periode tertentu					
8	Aplikasi Tokopedia memberikan diskon spesial pada merek tertentu					
9	Aplikasi Tokopedia memberikan diskon secara langsung					
10	Aplikasi Tokopedia memberikan diskon yang signifikan					

2. Variabel Promosi

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Aplikasi Tokopedia memberikan informasi produk secara detail					
2	Aplikasi Tokopedia Mengenalkan produk dengan baik					
3	Aplikasi Tokopedia memberikan promosi dengan frekuensi yang baik					
4	Aplikasi Tokopedia melakukan promosi secara tepat					
5	Aplikasi Tokopedia memberikan promosi pada waktu yang tepat					
6	Aplikasi Tokopedia memberikan kualitas promosi yang baik					
7	Aplikasi Tokopedia memberikan kuantitas promosi yang memenuhi harapan pengguna					
8	Aplikasi Tokopedia membuat masyarakat ikut ambil bagian dalam mempromosikan produknya					
9	Aplikasi Tokopedia memberikan gratis ongkir sebagai salah satu membentuk hubungan dengan masyarakat					
10	Aplikasi Tokopedia mengadakan <i>event-event</i> menarik					

3. Variabel Kemudahan Transaksi

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Kemudahan navigasi pada aplikasi Tokopedia					
2	Aplikasi Tokopedia memiliki navigasi yang cukup jelas					
3	Aplikasi Tokopedia memberikan petunjuk yang jelas dalam menggunakan navigasi					
4	Mudah memahami aplikasi Tokopedia					
5	Aplikasi Tokopedia memberikan petunjuk mengenai tahap pembayaran					
6	Aplikasi Tokopedia memiliki efisiensi waktu dalam melakukan pembayaran					
7	Aplikasi Tokopedia memberikan berbagai pilihan transaksi					
8	Aplikasi Tokopedia memiliki waktu penyelesaian transaksi secara singkat					
9	Berbagai pilihan transaksi dalam aplikasi Tokopedia memudahkan penyelesaian transaksi					
10	Aplikasi Tokopedia memudahkan konsumen dalam menyelesaikan transaksi					

4. Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Aplikasi Tokopedia menyediakan produk sesuai dengan kebutuhan konsumen yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian					
2	Pilihan merek pada Aplikasi Tokopedia mempengaruhi keputusan pembelian					
3	Pilihan produk pada Aplikasi Tokopedia mempengaruhi keputusan pembelian					
4	Lokasi penjual pada Aplikasi Tokopedia mempengaruhi keputusan pembelian					
5	Aplikasi Tokopedia menyediakan produk sesuai dengan manfaat produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian					
6	Ketepatan membeli produk mempengaruhi keputusan pembelian					
7	Pengalaman konsumen menggunakan Aplikasi Tokopedia mempengaruhi keputusan pembelian					
8	Jumlah pembelian produk pada Aplikasi Tokopedia mempengaruhi keputusan pembelian					
9	Layanan transaksi 24 jam pada Aplikasi Tokopedia mempengaruhi keputusan pembelian					
10	Aplikasi Tokopedia memiliki berbagai metode pembayaran yang mempengaruhi keputusan pembelian					

Lampiran.2

Lampiran Tabel Hasil Jawaban Responden

Q	Diskon (X1)										Total X1
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	5	5	5	4	3	5	5	3	3	42
2	4	3	3	5	3	3	4	4	3	3	35
3	3	3	3	3	2	2	4	3	2	3	28
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
6	2	2	4	4	4	3	4	4	3	3	33
7	3	5	3	5	4	4	5	3	3	4	39
8	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	47
9	3	4	4	5	5	3	5	5	3	4	41
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	35
12	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	37
13	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
14	3	4	3	3	5	4	5	4	4	4	39
15	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	46
16	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	33
17	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	44
18	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	33
19	4	5	5	4	4	3	5	4	4	3	41
20	4	5	5	3	4	3	5	5	4	4	42

21	3	4	3	3	3	2	5	4	3	3	33
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
23	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
24	3	4	4	4	3	3	5	5	2	3	36
25	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	39
26	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	41
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
29	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	44
30	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
33	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	44
34	3	4	2	3	3	2	4	3	3	3	30
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	46
37	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	46
38	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	39
39	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	38
40	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	44
41	3	4	3	4	4	3	4	4	3	2	34
42	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	40

43	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	38
44	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	35
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	46
47	3	5	3	3	5	5	5	5	2	3	39
48	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	37
49	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	47
50	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	36
51	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
52	3	4	4	3	3	3	5	4	3	4	36
53	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
55	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	46
56	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	43
57	4	5	3	3	4	4	5	4	3	3	38
58	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	37
59	5	5	3	4	3	3	3	5	4	4	39
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	3	4	5	3	3	3	5	3	3	5	37
62	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	47
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	4	4	2	3	5	4	5	5	5	5	42
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	1	3	3	4	2	2	4	3	2	3	27

67	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
68	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	45
69	5	5	4	5	4	3	5	5	5	3	44
70	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
71	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	46
72	3	5	3	4	4	3	4	5	3	4	38
73	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	42
74	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
75	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	47
76	3	4	4	3	4	3	5	4	4	3	37
77	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44
78	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	46
79	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
80	3	4	3	4	5	3	5	4	3	3	37
81	1	2	2	3	2	3	3	1	1	2	20
82	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
85	4	5	3	5	4	4	5	5	4	4	43
86	3	4	2	5	4	4	4	4	4	4	38
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	3	5	4	2	3	2	5	5	3	3	35
89	3	3	4	5	3	3	4	3	3	3	34
90	3	3	3	4	4	5	5	5	2	1	35
91	4	4	3	3	4	2	4	5	2	3	34
92	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	14

93	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	46
94	5	5	4	5	5	2	5	4	4	4	43
95	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
96	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	34
97	3	4	5	4	4	4	4	3	5	5	41

Q	Promosi (X ₂)										Total X ₁
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	46
2	4	4	4	3	3	4	3	3	5	5	38
3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	39
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
6	4	4	4	3	4	4	3	2	2	5	35
7	3	5	4	4	5	4	4	3	5	4	41
8	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47
9	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	46
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
12	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	34
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44
15	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	45
16	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	37

17	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
18	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	39
19	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	47
20	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	46
21	4	4	3	4	4	3	4	3	5	4	38
22	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	28
23	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
24	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	38
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
29	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	45
30	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
31	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	45
34	4	4	3	2	3	3	2	3	5	4	33
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
36	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47

39	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	44
40	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	44
41	4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	35
42	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	39
43	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	37
44	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	36
45	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
46	5	5	3	3	3	4	3	2	5	4	37
47	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	29
48	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	36
49	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
50	4	2	3	4	4	4	5	4	3	5	38
51	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	43
52	4	4	5	4	4	4	3	3	4	5	40
53	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
55	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	44
56	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	42
57	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	29
58	3	2	3	3	3	2	4	3	4	4	31
59	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	47
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	44
62	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	46

63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	40
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	3	4	4	3	3	3	2	4	3	3	32
67	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
68	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	43
69	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	42
70	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
71	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	46
72	5	5	4	5	3	4	4	3	4	5	42
73	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
75	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
76	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	40
77	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
78	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	44
79	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	46
80	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	36
81	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	37
82	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
85	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	42
86	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	2	4	2	3	4	3	2	2	4	4	30

36	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	47
37	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
38	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
39	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	45
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
44	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	34
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
46	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	46
47	3	3	4	3	4	4	5	4	5	4	39
48	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36
49	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
50	4	4	4	3	5	5	5	3	4	4	41
51	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
55	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	44
56	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	40
57	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	36
58	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38

59	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
64	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	43
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
68	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
69	4	5	4	4	4	5	5	3	5	5	44
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
71	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	46
72	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	45
73	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	42
74	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
75	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
76	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	35
77	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
78	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
79	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	46
80	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
82	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39

85	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	2	2	2	2	3	2	4	2	3	3	25
89	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	43
90	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
91	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	36
92	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	11
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
94	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
96	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	32
97	5	3	4	3	2	4	4	5	4	5	39

Q	Keputusan Pembelian (Y)										Total Y
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	5	5	5	4	5	2	5	5	5	45
2	4	5	5	4	3	3	4	4	3	4	39
3	4	3	3	2	2	5	4	4	4	4	35
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	39
7	5	3	3	2	4	5	5	5	5	5	42
8	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	47
9	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	46

10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	33
12	4	5	5	4	3	5	4	5	5	4	44
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
14	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	45
15	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	47
16	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
17	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	46
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
20	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	45
21	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	45
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
23	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47
24	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	42
29	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45
30	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	34
31	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41

81	3	3	4	5	5	5	5	5	5	3	43
82	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	32
89	5	5	5	4	4	3	5	5	4	3	43
90	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	47
91	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	33
92	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	11
93	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
94	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
95	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
96	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	31
97	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	43

UBD

Lampiran.3

Hasil Pengolahan Data Menggunakan SPSS 25.0

Uji Deskriptif Variabel Bebas dan Terikat

Descriptive Statistics								
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation	Variance
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
Diskon	97	14	50	40.38	.669	6.585	97	14
Promosi	97	13	50	41.44	.667	6.565	97	13
Kemudahan Transaksi	97	11	50	42.96	.652	6.418	97	11
Keputusan Pembelian	97	11	50	42.67	.634	6.243	97	11
Valid N (listwise)	97						97	

Uji Validitas Variabel Diskon

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Diskon
X1.1	Pearson Correlation	1	.636**	.529**	.456**	.582**	.518**	.415**	.635**	.734**	.598**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.636**	1	.516**	.425**	.571**	.438**	.554**	.670**	.550**	.577**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.529**	.516**	1	.419**	.469**	.453**	.468**	.437**	.503**	.569**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.456**	.425**	.419**	1	.462**	.525**	.308**	.462**	.483**	.486**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.582**	.571**	.469**	.462**	1	.642**	.619**	.623**	.664**	.627**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.6	Pearson Correlation	.518**	.438**	.453**	.525**	.642**	1	.434**	.504**	.610**	.627**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.7	Pearson Correlation	.415**	.554**	.468**	.308**	.619**	.434**	1	.545**	.433**	.448**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.8	Pearson Correlation	.635**	.670**	.437**	.462**	.623**	.504**	.545**	1	.519**	.542**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.9	Pearson Correlation	.734**	.550**	.503**	.483**	.664**	.610**	.433**	.519**	1	.750**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X1.10	Pearson Correlation	.598**	.577**	.569**	.486**	.627**	.627**	.448**	.542**	.750**	1	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Diskon	Pearson Correlation	.803**	.773**	.707**	.661**	.816**	.764**	.667**	.774**	.827**	.825**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

Uji Validitas Variabel Promosi

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Promosi
X2.1	Pearson Correlation	1	.702**	.628**	.683**	.619**	.645**	.618**	.472**	.484**	.537**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.702**	1	.630**	.647**	.643**	.673**	.508**	.416**	.572**	.510**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	.628**	.630**	1	.717**	.652**	.655**	.635**	.593**	.463**	.510**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.683**	.647**	.717**	1	.737**	.735**	.733**	.575**	.603**	.613**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	.619**	.643**	.652**	.737**	1	.666**	.725**	.539**	.551**	.656**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.6	Pearson Correlation	.645**	.673**	.655**	.735**	.666**	1	.719**	.587**	.535**	.610**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.7	Pearson Correlation	.618**	.508**	.635**	.733**	.725**	.719**	1	.644**	.535**	.596**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.8	Pearson Correlation	.472**	.416**	.593**	.575**	.539**	.587**	.644**	1	.480**	.476**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.9	Pearson Correlation	.484**	.572**	.463**	.603**	.551**	.535**	.535**	.480**	1	.565**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X2.10	Pearson Correlation	.537**	.510**	.510**	.613**	.656**	.610**	.596**	.476**	.565**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Promosi	Pearson Correlation	.796**	.783**	.808**	.878**	.846**	.853**	.843**	.728**	.721**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

Uji Validitas Variabel Kemudahan Transaksi

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Kemudahan Transaksi
X3.1	Pearson Correlation	1	.814**	.781**	.674**	.633**	.713**	.526**	.687**	.655**	.680**	.854**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.2	Pearson Correlation	.814**	1	.807**	.721**	.621**	.699**	.487**	.579**	.661**	.704**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.3	Pearson Correlation	.781**	.807**	1	.629**	.587**	.691**	.472**	.632**	.665**	.608**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.4	Pearson Correlation	.674**	.721**	.629**	1	.723**	.750**	.511**	.635**	.654**	.703**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.5	Pearson Correlation	.633**	.621**	.587**	.723**	1	.830**	.694**	.670**	.786**	.708**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.6	Pearson Correlation	.713**	.699**	.691**	.750**	.830**	1	.663**	.731**	.795**	.778**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.7	Pearson Correlation	.526**	.487**	.472**	.511**	.694**	.663**	1	.621**	.700**	.700**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.8	Pearson Correlation	.687**	.579**	.632**	.635**	.670**	.731**	.621**	1	.701**	.721**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.9	Pearson Correlation	.655**	.661**	.665**	.654**	.786**	.795**	.700**	.701**	1	.846**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
X3.10	Pearson Correlation	.680**	.704**	.608**	.703**	.708**	.778**	.700**	.721**	.846**	1	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Kemudahan Transaksi	Pearson Correlation	.854**	.846**	.818**	.833**	.857**	.906**	.746**	.826**	.879**	.878**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Keputusan Pembelian
Y.1	Pearson Correlation	1	.604**	.636**	.440**	.586**	.509**	.581**	.560**	.479**	.581**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.2	Pearson Correlation	.604**	1	.678**	.599**	.563**	.507**	.542**	.591**	.477**	.578**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.3	Pearson Correlation	.636**	.678**	1	.613**	.641**	.550**	.571**	.533**	.518**	.476**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.4	Pearson Correlation	.440**	.599**	.613**	1	.654**	.566**	.547**	.489**	.621**	.540**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.5	Pearson Correlation	.586**	.563**	.641**	.654**	1	.680**	.691**	.557**	.684**	.523**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.6	Pearson Correlation	.509**	.507**	.550**	.566**	.680**	1	.601**	.655**	.658**	.593**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.7	Pearson Correlation	.581**	.542**	.571**	.547**	.691**	.601**	1	.639**	.613**	.570**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.8	Pearson Correlation	.560**	.591**	.533**	.489**	.557**	.655**	.639**	1	.649**	.710**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.9	Pearson Correlation	.479**	.477**	.518**	.621**	.684**	.658**	.613**	.649**	1	.575**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Y.10	Pearson Correlation	.581**	.578**	.476**	.540**	.523**	.593**	.570**	.710**	.575**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.751**	.775**	.785**	.773**	.837**	.802**	.803**	.805**	.800**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

Uji Reliabilitas

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.938	.938	10

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.919	.920	10

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.955	10

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

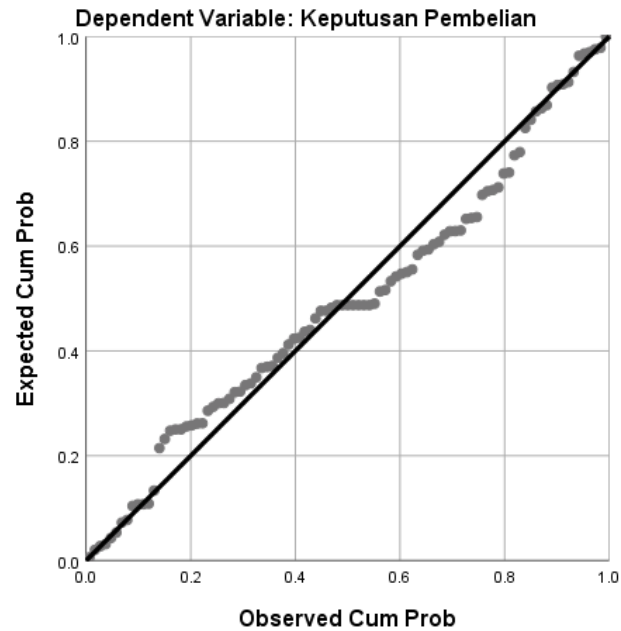
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.933	10

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



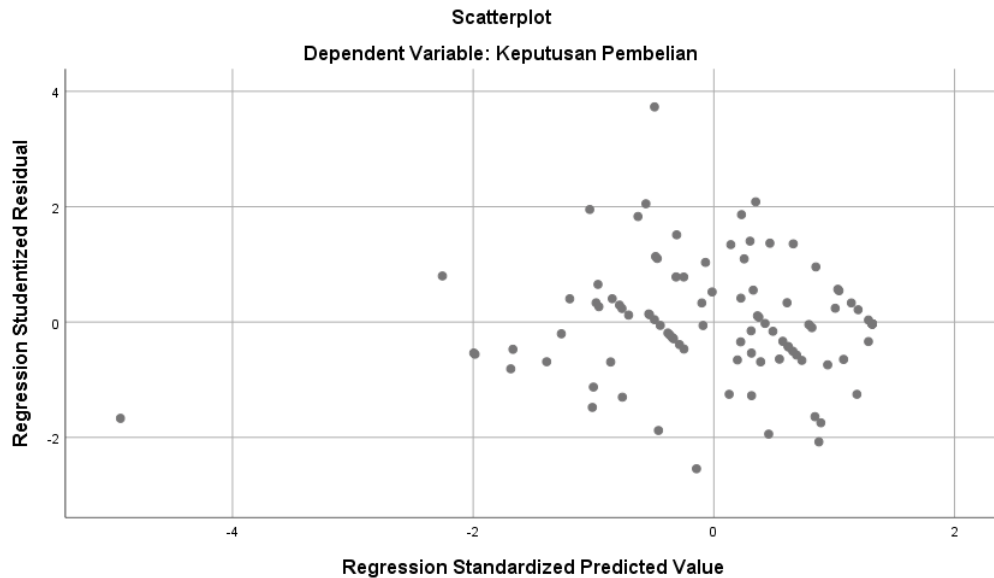
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.578	1.967		1.819	.072		
	Diskon	.177	.074	.187	2.384	.019	.324	3.090
	Promosi	.270	.097	.284	2.795	.006	.193	5.188
	Kemudahan Transaksi	.483	.079	.496	6.114	.000	.302	3.312

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Heteroskedastisitas



Uji Regresi Sederhana Diskon

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.247	2.546		5.204	.000
	Diskon	.729	.062	.769	11.709	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Regresi Sederhana Promosi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.086	2.141		4.243	.000
	Promosi	.810	.051	.852	15.876	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Regresi Sederhana Kemudahan Transaksi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.536	2.177		3.002	.003
	Kemudahan Transaksi	.841	.050	.865	16.777	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Regresi Linier Berganda Diskon (X₁), Promosi (X₂), Kemudahan Transaksi (X₃) dan Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.578	1.967		1.819	.072
	Diskon	.177	.074	.187	2.384	.019
	Promosi	.270	.097	.284	2.795	.006
	Kemudahan Transaksi	.483	.079	.496	6.114	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Korelasi Berganda

Correlations

		Diskon	Promosi	Kemudahan Transaksi	Keputusan Pembelian
Diskon	Pearson Correlation	1	.822**	.701**	.769**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97
Promosi	Pearson Correlation	.822**	1	.835**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97
Kemudahan Transaksi	Pearson Correlation	.701**	.835**	1	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.769**	.852**	.865**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97

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

Uji Koefisien Determinasi Parsial

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 ^a	.591	.586	4.015

a. Predictors: (Constant), Diskon

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852 ^a	.726	.723	3.283

a. Predictors: (Constant), Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.865 ^a	.748	.745	3.152

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.903 ^a	.815	.809	2.729

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi, Diskon, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.247	2.546		5.204	.000
	Diskon	.729	.062	.769	11.709	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.086	2.141		4.243	.000
	Promosi	.810	.051	.852	15.876	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.536	2.177		3.002	.003
	Kemudahan Transaksi	.841	.050	.865	16.777	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3049.017	3	1016.339	136.505	.000 ^b
	Residual	692.427	93	7.445		
	Total	3741.443	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi, Diskon, Promosi

Lampiran.4

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran.5

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

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

Lampiran.6

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74