

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER

**Pengaruh *Brand Association* dan *Perceived Quality* terhadap Keputusan
Pembelian Produk Mustika Ratu
(Studi pada Pengunjung Toko Kosmetik J-C Store dan Toko Kosmetik Brilliant
Kota Semarang)**

Kepada
Yth. Ibu/Saudari Responden
di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka tugas akhir mahasiswa Strata Satu (S-1) Jurusan Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Diponegoro, saya:

Nama : Resi Yuningsih
NIM : 14020216120029

memohon kepada saudara untuk mengisi kuesioner yang merupakan salah satu sumber data dalam penelitian ini. Susunan daftar pertanyaan ini diajukan semata-mata untuk kepentingan penyusunan skripsi. Adapun informasi yang Anda berikan akan dijadikan sebagai data penelitian dan dijaga kerahasiaannya. Untuk menjaga keakuratan data, diharapkan diisi dengan sebenar-benarnya, objektif, dan apa adanya. Atas kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Resi Yuningsih
NIM. 14020216120029

KUESIONER

I. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan teliti setiap butir pertanyaan sebelum Anda menjawab.
2. Berilah jawaban yang sesuai dengan pengalaman/ keadaan/ jawaban dengan memberikan tanda (X) pada jawaban tersedia.
3. Isilah jawaban tersebut sesuai dengan keadaan yang sebenar-benarnya dan sesuai dengan pendapat saudara.

II. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Alamat :
3. Usia : tahun
4. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
5. Status Marital :
 - a. Belum menikah
 - b. Menikah
 - c. Janda/Duda
6. Pendidikan Terakhir :
 - a. Tamat SD
 - b. Tamat SMP
 - c. Tamat SMA/SMK
 - d. Diploma (D3)
 - e. Strata Satu (S1)
 - f. Lainnya. Sebutkan.....
7. Pekerjaan :
 - a. Pelajar/ Mahasiswa
 - b. Profesional (Dokter, Pengacara, Konsultan)
 - c. PNS/ POLRI/ TNI
 - d. Pegawai Swasta
 - e. Wirausaha
 - f. Lainnya,sebutkan.....
8. Penghasilan/ Pemasukan perbulan (Rupiah):

- | | |
|-----------------------------|----------------------------|
| a. 500.0000 – 1.500.000 | d. > 3.500.000 – 4.500.000 |
| b. > 1.500.0000 - 2.500.000 | e. > 4.500.000 – 5.500.000 |
| c. > 2.500.000 – 3.500.000 | f. > 5.500.000 |

I. BRAND ASSOCIATION

1. Menurut Anda, apakah kosmetik merek Mustika Ratu merupakan merek yang terkenal di Indonesia?

- | | |
|--------------------|--------------------------|
| a. Sangat terkenal | d. Tidak terkenal |
| b. Terkenal | e. Sangat tidak terkenal |
| c. Netral | |

Alasan :

.....

2. Setujukah Anda dengan pernyataan: “Mustika Ratu adalah kosmetik yang aman”?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat setuju | d. Tidak setuju |
| b. Setuju | e. Sangat tidak setuju |
| c. Netral | |

Alasan :

.....

3. Bagaimanakah kemampuan kosmetik Mustika Ratu dalam mempercantik wajah?

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat mampu | d. Tidak mampu |
| b. Mampu | e. Sangat tidak mampu |
| c. Netral | |

Alasan :

.....

4. Bagaimanakah kemampuan kosmetik Mustika Ratu dalam perawatan diri?

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat mampu | d. Tidak mampu |
| b. Mampu | e. Sangat tidak mampu |
| c. Netral | |

Alasan :

.....

5. Setujukah Anda dengan pernyataan: “Mustika Ratu merupakan produk tradisional yang berkualitas”?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat setuju | d. Tidak setuju |
| b. Setuju | e. Sangat tidak setuju |
| c. Netral | |

Alasan :

.....

6. Setujukah Anda dengan pernyataan: “Kosmetik Mustika Ratu adalah salah satu Pusaka Indonesia”?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat setuju | d. Tidak setuju |
| b. Setuju | e. Sangat tidak setuju |
| c. Netral | |

Alasan :

.....

II. PERCEIVED QUALITY

1. Bagaimanakah kualitas produk Mustika Ratu?

- | | |
|----------------|----------------------|
| a. Sangat baik | d. Tidak baik |
| b. Baik | e. Sangat tidak baik |
| c. Netral | |

Alasan :

.....

2. Bagaimanakah tingkat daya tahan produk Mustika Ratu?

- | | |
|-----------------|-----------------------|
| a. Sangat bagus | d. Tidak bagus |
| b. Bagus | e. Sangat tidak bagus |
| c. Netral | |

Alasan :

.....
 3. Apakah Anda menemui produk Mustika Ratu yang kedaluwarsa?

- | | |
|-----------------|------------------|
| a. Selalu | d. Kadang-kadang |
| b. Seringkali | e. Tidak pernah |
| c. Cukup sering | |

Alasan :

.....

4. Apakah kinerja produk Mustika Ratu sesuai dengan fungsinya?

- | | |
|------------------|------------------------|
| a. Sangat sesuai | d. Tidak sesuai |
| b. Sesuai | e. Sangat tidak sesuai |
| c. Netral | |

Alasan :

.....

5. Apakah kinerja yang dihasilkan pemakaian produk Mustika Ratu selalu sama (konsisten) di satu pembelian ke pembelian lainnya?

- | | |
|---------------------|---------------------------|
| a. Selalu konsisten | d. Tidak konsisten |
| b. Konsisten | e. Sangat tidak konsisten |
| c. Netral | |

Alasan :

.....

III. KEPUTUSAN PEMBELIAN

1. Jenis produk Mutika Ratu apakah yang Anda dibeli? (Jawaban boleh lebih dari satu)

- | |
|-----------------------------|
| a. Perawatan (wajah/tubuh) |
| b. <i>Makeup</i> |
| c. Lainnya, (sebutkan)..... |

Alasan :

.....

2. Berapakah jumlah pembelian produk Mustika Ratu yang Anda lakukan dalam 3 bulan terakhir?

- a. > 5 buah
- b. 4 buah
- c. 3 buah
- d. 2 buah
- e. 1 buah

Alasan :

3. Bagaimanakah frekuensi pembelian produk Mustika Ratu yang Anda lakukan per 3 bulan?

- a. Selalu membeli
- b. Seringkali membeli
- c. Netral
- d. Jarang membeli
- e. Sangat jarang membeli

Alasan :

.....

4. Berapakah rerata nilai pembelian produk Mustika Ratu (dalam rupiah) yang Anda lakukan dalam 3 bulan terakhir?

- a. > 400.000
- b. > 300.000 – 400.000
- c. > 200.000 – 300.000
- d. > 100.000 – 200.000
- e. ≤ Rp 100.000

5. Setujukah Anda dengan pernyataan: “Produk merek Mustika Ratu menjadi pilihan utama dalam pembelian produk perawatan (wajah/tubuh) dan *makeup*”?

- a. Sangat setuju
- b. Setuju
- c. Netral
- d. Tidak setuju
- e. Sangat tidak setuju

Alasan :

Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian**SURAT KETERANGAN**

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si

NIP : 19760330 220312 2 001

Program Studi : Administrasi Bisnis FISIPUNDIP

Menerangkan bahwa:

Nama : Resi Yuningsih

NIM : 14020216120029

Program Studi : Administrasi Bisnis

Benar-benar telah melakukan pengumpulan data pengunjung Toko Kosmetik J-C Store dan Toko Kosmetik Brilliant Kota Semarang selama 1 (satu) bulan dari tanggal 15 Januari 2020 sampai dengan 12 Februari 2020, untuk keperluan skripsinya yang berjudul: “Pengaruh *Brand Association* dan *Perceived Quality* terhadap Keputusan Pembelian Produk Mustika Ratu (Studi pada Pengunjung Toko Kosmetik J-C Store dan Toko Kosmetik Brilliant).

Surat keterangan ini diberikan karena di masa Pandemi Covid-19 PT. Mustika Ratu Jakarta tidak bersedia untuk memberi surat keterangan penelitian.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 29 Juni 2020
Ketua Program Studi,



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si

NIP. 19760330 220312 2 001

Lampiran 3. Tabel Induk Hasil Penelitian

Identitas Responden							X1						Tot. X1	X2					Tot. X2	Y				Tot. Y
No	1	2	3	4	.5	6	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4	5		1	2	3	4	
1	2	1	1	3	1	4	5	4	5	5	4	4	27	4	4	5	4	5	22	4	5	2	4	15
2	3	1	2	3	4	5	4	4	3	4	4	4	23	4	3	5	4	3	19	4	3	2	3	12
3	2	1	2	3	4	3	4	4	3	4	4	3	22	4	4	4	4	4	20	4	4	1	4	13
4	3	1	2	3	6	3	3	4	3	3	4	4	21	4	4	5	4	3	20	5	3	1	3	12
5	2	1	1	5	1	1	4	4	3	3	4	4	22	4	4	5	4	4	21	4	4	1	3	12
6	2	1	1	5	1	2	4	4	3	4	4	3	22	4	4	5	3	3	19	4	2	2	2	10
7	2	1	1	5	4	5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20	4	3	1	3	11
8	2	1	1	5	2	5	4	4	3	4	4	3	22	3	4	4	4	4	19	5	2	1	2	10
9	2	1	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	21	4	4	2	4	14
10	2	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	3	23	4	3	4	3	4	18	5	2	1	3	11
11	2	1	1	3	1	3	4	4	3	4	4	4	23	5	4	5	4	4	22	4	3	2	3	12
12	1	1	1	3	1	1	4	3	4	3	4	3	21	4	4	5	3	4	20	5	3	1	3	12
13	2	1	1	5	4	5	4	4	4	3	4	3	22	4	4	5	4	4	21	5	4	1	3	13
14	2	1	1	3	1	6	3	4	3	4	4	3	21	4	3	5	4	4	20	5	3	1	3	12
15	1	1	1	5	1	1	3	3	4	4	4	4	22	4	4	5	3	3	19	5	4	2	4	15
16	2	1	1	3	1	3	4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	3	4	19	3	3	1	2	9
17	2	1	1	4	4	1	5	4	3	3	4	3	22	3	4	5	3	3	18	5	3	1	3	12
18	2	1	1	3	1	2	5	4	4	5	5	5	28	5	5	4	5	4	23	4	4	2	5	15
19	2	1	1	3	1	2	4	4	3	3	4	3	21	3	3	5	4	3	18	2	2	1	2	7
20	2	1	1	3	1	2	4	4	3	3	4	3	21	4	4	5	3	3	19	5	3	1	3	12
21	1	1	1	3	1	1	4	5	4	4	4	4	25	4	4	5	4	5	22	4	3	2	4	13
22	2	1	1	3	1	1	5	5	4	4	5	4	27	4	5	5	5	4	23	5	5	2	4	16
23	4	1	2	3	5	4	4	4	3	4	4	3	22	4	4	5	4	4	21	5	4	2	3	14
24	3	1	2	3	5	4	4	4	5	4	5	4	26	5	5	4	4	4	22	3	3	2	4	12
25	2	1	1	3	1	1	4	4	3	3	4	4	22	4	4	5	3	3	19	5	3	1	3	12
26	5	1	2	3	5	6	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	4	22	4	3	2	4	13
27	2	1	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	19	3	3	4	3	3	16	2	2	1	2	7
28	2	1	1	3	4	2	4	4	3	4	4	4	23	5	4	5	4	5	23	3	3	1	4	11
29	1	1	1	2	4	3	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	20	3	4	2	4	13
30	1	1	1	3	5	4	4	4	3	3	4	3	21	3	3	5	3	3	17	4	2	1	3	10
31	2	1	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	4	19	4	2	2	3	11
32	2	1	2	3	5	6	4	3	4	3	3	4	21	4	3	5	4	3	19	5	2	1	3	11
33	2	1	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	21	4	2	1	3	10
34	2	1	2	3	5	6	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	3	4	19	5	2	3	4	14
35	1	1	1	3	1	1	4	4	4	4	3	3	22	3	4	5	4	3	19	4	2	1	3	10
36	1	1	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	24	4	3	5	4	4	20	4	3	2	3	12

37	1	1	1	3	1	1	4	3	3	3	4	4	21	3	3	4	3	3	16	4	2	1	3	10
38	2	1	1	3	1	1	4	4	4	3	3	3	21	4	3	5	3	4	19	5	3	2	3	13
39	1	1	1	3	1	1	4	3	3	3	4	3	20	4	3	5	3	4	19	5	3	1	3	12
40	1	1	1	3	4	3	3	4	4	4	4	3	22	4	3	5	3	3	18	4	3	1	3	11
41	2	1	1	4	4	5	3	3	3	3	3	3	18	3	3	5	3	3	17	4	3	2	3	12
42	1	1	1	3	1	2	3	3	3	3	4	3	19	3	4	5	3	3	18	3	2	1	3	9
43	2	1	1	3	1	1	3	4	3	3	4	4	21	4	4	5	4	5	22	4	2	2	3	11
44	2	1	1	3	1	1	3	3	3	3	4	3	19	4	3	5	4	3	19	3	2	2	3	10
45	2	1	1	3	1	3	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	21	4	5	1	4	14
46	2	1	1	5	5	6	5	4	4	5	4	4	26	4	5	5	4	4	22	4	4	2	4	14
47	2	1	1	3	4	5	4	4	3	4	2	2	19	3	2	4	3	2	14	4	3	2	3	12
48	2	1	1	3	6	1	4	4	3	3	3	4	21	4	3	5	4	3	19	2	3	1	3	9
49	2	1	2	3	6	1	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	5	22	4	4	2	4	14
50	2	1	1	3	1	4	4	3	3	4	4	3	21	5	4	5	4	4	22	4	4	2	4	14
51	2	1	1	3	6	6	4	3	3	3	4	4	21	4	4	4	3	3	18	3	3	1	2	9
52	1	1	1	3	6	3	3	4	3	4	3	3	20	2	3	2	3	2	12	3	1	1	2	7
53	2	1	1	3	1	6	4	3	3	3	4	4	21	3	3	5	3	3	17	3	3	1	3	10
54	1	1	1	3	1	2	4	3	3	4	4	3	21	4	4	5	3	3	19	4	3	1	3	11
55	2	1	1	3	1	3	5	5	4	5	5	5	29	5	4	5	5	5	24	5	5	2	5	17
56	2	1	2	3	6	2	4	4	4	4	4	3	23	4	3	5	4	4	20	4	3	2	3	12
57	2	1	1	3	1	3	4	4	3	4	4	3	22	4	4	5	4	4	21	4	3	1	3	11
58	4	1	2	2	6	3	4	4	4	4	4	3	23	4	3	5	3	3	18	5	3	1	4	13
59	2	1	2	2	6	4	4	4	3	4	4	3	22	4	3	4	4	4	19	5	3	1	3	12
60	2	1	1	3	1	2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	21	5	4	4	4	17
61	2	1	1	4	4	3	5	5	4	4	4	5	27	4	4	5	3	3	19	3	5	2	4	14
62	2	1	1	3	1	1	4	4	3	3	3	4	21	3	3	4	3	2	15	5	3	1	2	11
63	2	1	1	3	1	2	4	4	4	4	4	3	23	3	3	5	3	3	17	4	3	1	3	11
64	2	1	1	3	1	3	3	4	4	4	3	4	22	4	4	5	4	4	21	5	3	1	2	11
65	4	1	2	2	5	4	4	4	4	3	3	4	22	3	4	5	4	3	19	4	3	2	4	13
66	2	1	1	3	1	2	4	5	3	4	4	4	24	4	3	5	3	4	19	5	4	1	3	13
67	1	1	1	3	1	1	4	4	3	3	4	4	22	4	3	5	4	3	19	4	4	2	4	14
68	1	1	2	2	4	2	3	3	3	4	4	3	20	4	3	5	4	3	19	5	4	1	3	13
69	2	1	1	3	1	1	4	4	3	4	3	2	20	3	3	5	3	3	17	5	1	1	2	9
70	2	1	1	3	1	1	4	5	3	3	4	3	22	3	3	4	3	4	17	3	1	1	2	7
71	2	1	1	3	1	1	5	4	4	4	5	5	27	4	5	5	5	5	24	3	4	2	3	12
72	2	1	1	3	1	6	5	4	3	5	4	4	25	5	4	5	4	4	22	5	4	3	4	16
73	2	1	1	3	1	1	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	3	19	4	3	1	3	11
74	2	1	1	3	1	1	3	4	3	3	4	4	21	4	4	5	3	3	19	2	3	1	3	9
75	2	1	2	3	1	1	4	4	5	5	5	3	26	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	14
76	2	1	1	5	4	5	5	5	3	4	5	3	25	5	4	5	4	4	22	4	3	1	3	11
77	2	1	1	3	3	1	4	4	4	3	4	4	23	4	4	5	4	4	21	5	3	2	4	14

78	2	1	1	4	1	3	4	5	4	5	5	3	26	5	4	5	5	4	23	3	3	2	4	12
79	2	1	2	3	5	5	5	4	3	4	4	4	24	4	3	5	4	3	19	5	4	3	4	16
80	2	1	1	3	1	3	4	4	4	4	5	4	25	4	4	5	4	3	20	5	4	2	3	14
81	2	1	1	3	1	3	5	4	3	3	4	4	23	4	3	5	3	4	19	3	2	1	2	8
82	2	1	1	3	1	2	4	4	3	4	4	4	23	4	4	5	4	4	21	5	5	2	2	14
83	2	1	1	5	2	5	4	4	3	4	4	4	23	4	4	5	3	3	19	5	3	1	3	12
84	2	1	1	5	4	5	5	3	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	20	5	3	1	2	11
85	2	1	1	3	1	5	4	3	3	3	3	3	19	3	3	5	3	3	17	1	1	1	2	5
86	2	1	1	5	4	5	4	5	4	4	5	5	27	5	4	5	5	4	23	5	5	4	4	18
87	2	1	1	5	4	6	4	4	4	3	4	3	22	3	3	5	3	3	17	5	4	2	4	15
88	2	1	1	5	4	6	4	3	3	3	4	3	20	3	3	4	3	4	17	5	3	1	3	12
89	2	1	1	5	4	5	5	4	3	3	4	2	21	4	4	5	3	3	19	5	2	1	2	10
90	2	1	1	5	4	5	3	3	3	3	4	4	20	3	3	4	3	3	16	3	2	1	3	9
91	1	1	1	3	1	1	5	4	4	5	5	4	27	4	4	5	4	4	21	4	3	2	3	12
92	2	1	1	3	1	1	4	3	3	4	4	4	22	4	4	5	4	4	21	4	2	2	3	11
93	2	1	1	3	1	1	4	4	3	4	4	3	22	3	3	5	3	3	17	3	2	1	2	8
94	1	1	1	3	1	2	4	4	4	4	4	4	24	4	3	5	3	4	19	5	3	2	4	14
95	3	1	2	2	6	1	3	3	4	3	4	4	21	4	4	5	3	3	19	4	4	2	3	13
96	3	1	2	2	6	2	4	3	3	4	4	3	21	3	3	4	4	4	18	3	4	1	4	12
97	4	1	2	3	5	5	5	4	4	5	4	4	26	4	5	5	4	4	22	3	3	1	4	11

Lampiran 4. Uji Validitas

1. Variabel *Brand Association*

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.354**	.212*	.394**	.340**	.179*	.629**
	Sig. (1-tailed)		.000	.018	.000	.000	.040	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.354**	1	.272**	.357**	.328**	.213*	.643**
	Sig. (1-tailed)	.000		.003	.000	.001	.018	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.212*	.272**	1	.432**	.309**	.306**	.646**
	Sig. (1-tailed)	.018	.003		.000	.001	.001	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.394**	.357**	.432**	1	.391**	.186*	.711**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000	.034	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.340**	.328**	.309**	.391**	1	.331**	.681**
	Sig. (1-tailed)	.000	.001	.001	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X1.6	Pearson Correlation	.179*	.213*	.306**	.186*	.331**	1	.589**
	Sig. (1-tailed)	.040	.018	.001	.034	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Total X1	Pearson Correlation	.629**	.643**	.646**	.711**	.681**	.589**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97
** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).								
* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).								

2. Variabel *Perceived Quality*

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.495**	.320**	.532**	.536**	.816**
	Sig. (1-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.495**	1	.139	.471**	.435**	.725**
	Sig. (1-tailed)	.000		.088	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	.320**	.139	1	.133	.147	.452**
	Sig. (1-tailed)	.001	.088		.097	.076	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.532**	.471**	.133	1	.539**	.764**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.097		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	.536**	.435**	.147	.539**	1	.774**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.076	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
TotalX2	Pearson Correlation	.816**	.725**	.452**	.764**	.774**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	

N	97	97	97	97	97	97
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).						

3. Variabel Keputusan Pembelian

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTY
Y1	Pearson Correlation	1	.280**	.172*	.151	.598**
	Sig. (1-tailed)		.003	.046	.070	.000
	N	97	97	97	97	97
Y2	Pearson Correlation	.280**	1	.425**	.604**	.822**
	Sig. (1-tailed)	.003		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97
Y3	Pearson Correlation	.172*	.425**	1	.519**	.688**
	Sig. (1-tailed)	.046	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97
Y4	Pearson Correlation	.151	.604**	.519**	1	.764**
	Sig. (1-tailed)	.070	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97
TOTY	Pearson Correlation	.598**	.822**	.688**	.764**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).						

Lampiran 5. Uji Reliabilitas

1. Variabel *Brand Association*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.723	6

2. Variabel *Perceived Quality*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.758	5

3. Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.675	4

Lampiran 6. Deskripsi Variabel

1. Variabel Brand Association

1) Tingkat Ketenaran Produk Mustika Ratu di Indonesia

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	15.5	15.5	15.5
	4	66	68.0	68.0	83.5
	5	16	16.5	16.5	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

2) Kemanan Produk Mustika Ratu

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	22	22.7	22.7	22.7
	4	64	66.0	66.0	88.7
	5	11	11.3	11.3	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

3) Kemampuan Produk Mustika Ratu dalam Mempercantik Wajah

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	52	53.6	53.6	53.6
	4	42	43.3	43.3	96.9
	5	3	3.1	3.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

4) Kemampuan Produk Mustika Ratu dalam Pearawatan Diri

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	34	35.1	35.1	35.1
	4	54	55.7	55.7	90.7
	5	9	9.3	9.3	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

5) Kualitas Mustika Ratu sebagai Produk Tradisional

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	12	12.4	12.4	13.4
	4	72	74.2	74.2	87.6
	5	12	12.4	12.4	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

6) Produk Mustika Ratu sebagai Salah Satu Pusaka Indonesia

X1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.1	3.1	3.1
	3	38	39.2	39.2	42.3
	4	50	51.5	51.5	93.8
	5	6	6.2	6.2	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

7) Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai *Brand Association*

No	Item Pertanyaan	Jumlah Responden	Skor					Skor Total	Mean
			1	2	3	4	5		
1	Tingkat ketenaran Mustika Ratu di Indonesia	97	0	0	15	66	16	389	4,01
2	Keamanan produk Mustika Ratu	97	0	0	22	64	11	377	3,89
3	Kemampuan produk Mustika Ratu dalam mempercantik wajah	97	0	0	52	42	3	339	3,49
4	Kemampuan produk Mustika Ratu dalam perawatan diri	97	0	0	34	54	9	363	3,74
5	Kualitas produk Mustika Ratu sebagai produk tradisional	97	0	1	12	72	12	386	3,98
6	Produk Mustika Ratu sebagai salah satu Pusaka Indonesia.	97	0	3	38	50	6	350	3,61
Mean Skor Variabel								2.204	3,79

8) Kategorisasi Variabel *Brand Association*

No	Skor	Kategorisasi	Frekuensi	Presentase (%)
1	>25,2 - 30	Sangat baik	14	14,4
2	>20,4 – 25,2	Baik	71	73,2
3	>15,6 – 20,4	Cukup	12	12,4
4	>10,8 – 15,6	Tidakbaik	0	0
5	6 – 10,8	Sangat tidak baik	0	0
TOTAL			97	100

2. Variabel Perceived Quality

1) Kualitas Produk Kosmetik Mustika Ratu

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	22	22.7	22.7	23.7
	4	63	64.9	64.9	88.7
	5	11	11.3	11.3	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

2) Tingkat Daya Tahan Produk Mustika Ratu

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	37	38.1	38.1	39.2
	4	53	54.6	54.6	93.8
	5	6	6.2	6.2	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

3) Penemuan Produk Kosmetik Mustika Ratu yang Kedaluwarsa

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	4	23	23.7	23.7	24.7
	5	73	75.3	75.3	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

4) Kesesuaian Kinerja Produk Mustika Ratu Berkaitan dengan Fungsinya

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	40	41.2	41.2	41.2
	4	51	52.6	52.6	93.8
	5	6	6.2	6.2	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

5) Konsistensi Kinerja Produk Kosmetik Mustika Ratu disetiap Pembelian

X2.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.1	3.1	3.1
	3	39	40.2	40.2	43.3
	4	48	49.5	49.5	92.8
	5	7	7.2	7.2	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

6) Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai *Perceived Quality*

No	Item Pertanyaan	Jumlah Responden	Skor					Skor Total	Mean
			1	2	3	4	5		
1	Kualitas produk kosmetik Mustika Ratu	97	0	1	22	63	11	375	3,87
2	Daya tahan produk Mustika Ratu	97	0	1	37	53	6	355	3,66
3	Penemuan produk kosmetik Mustika Ratu yang kedaluwarsa	97	0	0	1	23	73	459	4,73

4	Kesesuaian kinerja produk Mustika Ratu berkaitan dengan fungsinya	97	0	0	40	51	6	354	3,65
5	Konsistensi kinerja produk kosmetik Mustika Ratu disetiap pembelian	97	0	3	39	48	7	350	3,61
Mean Skor Variabel								1893	3,90

7) Kategorisasi Variabel *Perceived Quality*

No	Skor	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase (%)
1	>21 - 25	Sangat baik	19	19,6
2	>17 – 21	Baik	62	63,9
3	>13 – 17	Cukup	15	15,5
4	>9 – 13	Tidakbaik	1	1,0
5	5 – 9	Sangat tidak baik	0	0
TOTAL			97	100

3. Variabel Keputusan Pembelian

1) Rerata Pembelian Produk Mustika Ratu yang dibeli dalam tiga bulan terakhir

Y.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	4	4.1	4.1	5.2
	3	19	19.6	19.6	24.7
	4	36	37.1	37.1	61.9
	5	37	38.1	38.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

2) Tingkat Frekuensi Pembelian Produk Mustika Ratu per Tiga Bulan

Y.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.1	4.1	4.1
	2	20	20.6	20.6	24.7
	3	43	44.3	44.3	69.1
	4	23	23.7	23.7	92.8
	5	7	7.2	7.2	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

3) Rerata Nilai Pembelian Produk Mustika Ratu Dalam Tiga Bulan Terakhir

Y.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	53	54.6	54.6	54.6
	2	38	39.2	39.2	93.8
	3	4	4.1	4.1	97.9
	4	2	2.1	2.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

4) Mustika Ratu sebagai Merek Pilihan Utama dalam Pembelian

Y.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	17	17.5	17.5	17.5
	3	48	49.5	49.5	67.0
	4	30	30.9	30.9	97.9
	5	2	2.1	2.1	100.0
	Total	97	100.0	100.0	

5) Rekapitulasi Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian

No	Item Pertanyaan	Jumlah Responden	Skor					Skor Total	Mean
			1	2	3	4	5		
1	Jumlah Produk yang dibeli per Pembelian Dalam Tiga Bulan Terakhir	97	1	4	19	36	37	395	4,07
2	Frekuensi Pembelian Produk Mustika Ratu per Tiga Bulan	97	4	20	43	23	7	300	3,09
3	Rerata Nilai Pembelian Produk Mustika Ratu Dalam Tiga Bulan Terakhir	97	53	38	4	2	0	149	1,54
4	Mustika Ratu sebagai merek pilihan utama dalam pembelian	97	0	17	48	30	2	308	3,18
Mean Skor Variabel								1.152	2,97

6) Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian

No	Skor	Kategorisasi	Frekuensi	Presentase (%)
1	>16,8 - 20	Sangat tinggi	3	3,1
2	>13,6 – 16,8	Tinggi	21	21,6
3	>10,4 – 13,6	Cukup	50	51,5
4	>7,2 – 10,4	Rendah	18	18,6
5	4 – 7,2	Sangat rendah	5	5,2
TOTAL			97	100

Lampiran 7. Analisis Data Pengaruh *Brand Association* terhadap Keputusan Pembelian

1. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.569 ^a	.324	.317	1.946

a. Predictors: (Constant), Brand Association

2. Regresi Linear Sederhana dan Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.482	1.989		-.745	.458
	TOTX1	.588	.087	.569	6.751	.000

a. Dependent Variable: Brand Asspcoation

Lampiran 8. Analisis Data Pengaruh *Perceived Quality* terhadap Keputusan Pembelian

1. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.546 ^a	.298	.290	1.984

a. Predictors: (Constant), Perceived Quality

2. Regresi Linear Sederhana dan Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.165	1.856		.089	.929
	TOTX2	.600	.095	.546	6.346	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 9. Analisis Data Pengaruh *Brand Association* dan *Perceived Quality* terhadap Keputusan Pembelian

1. Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.609 ^a	.371	.358	1.887

a. Predictors: (Constant), Brand Association, Perceived Quality

2. Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.124	2.025		-1.543	.126
	TOTX1	.381	.115	.369	3.318	.001
	TOTX2	.325	.122	.295	2.655	.009

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	197.752	2	98.876	27.764	.000 ^b
	Residual	334.763	94	3.561		
	Total	532.515	96			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Brand Association, Perceived Quality						

Lampiran 10. Distribusi Nilai R tabel Signifikansi 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	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	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
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

Lampiran 11. Distribusi Nilai t Tabel

Df	Tabel t one tail	Tabel t two tails	df	Tabel t one tail	Tabel t two tails
1	6.3188	12.7062	61	1.6702	1.9996
2	2.9200	4.3027	62	1.6698	1.9990
3	2.3534	3.1824	63	1.6694	1.9983
4	2.1318	2.7764	64	1.6690	1.9977
5	2.0150	2.5706	65	1.6686	1.9971
6	1.9432	2.4469	66	1.6683	1.9966
7	1.8946	2.3646	67	1.6679	1.9960
8	1.8595	2.3060	68	1.6676	1.9955
9	1.8331	2.2622	69	1.6672	1.9949
10	1.8125	2.2281	70	1.6669	1.9944
11	1.7959	2.2010	71	1.6666	1.9939
12	1.7823	2.1788	72	1.6663	1.9935
13	1.7709	2.1604	73	1.6660	1.9930
14	1.7613	2.1448	74	1.6657	1.9925
15	1.7531	2.1314	75	1.6654	1.9921
16	1.7459	2.1199	76	1.6652	1.9917
17	1.7396	2.1098	77	1.6649	1.9913
18	1.7341	2.1009	78	1.6646	1.9908
19	1.7291	2.0930	79	1.6644	1.9905
20	1.7247	2.0860	80	1.6641	1.9901
21	1.7207	2.0796	81	1.6639	1.9897
22	1.7171	2.0739	82	1.6636	1.9893
23	1.7139	2.0687	83	1.6634	1.9890
24	1.7109	2.0639	84	1.6632	1.9886
25	1.7081	2.0595	85	1.6630	1.9883
26	1.7056	2.0555	86	1.6628	1.9879
27	1.7033	2.0518	87	1.6626	1.9876
28	1.7011	2.0484	88	1.6624	1.9873
29	1.6991	2.0452	89	1.6622	1.9870
30	1.6973	2.0423	90	1.6620	1.9867

31	1.6955	2.0395	91	1.6618	1.9864
32	1.6939	2.0369	92	1.6616	1.9861
33	1.6924	2.0345	93	1.6614	1.9858
34	1.6909	2.0322	94	1.6612	1.9855
35	1.6896	2.0301	95	1.6611	1.9853
36	1.6883	2.0281	96	1.6609	1.9850
37	1.6871	2.0262	97	1.6607	1.9847
38	1.6860	2.0244	98	1.6606	1.9845
39	1.6849	2.0227	99	1.6604	1.9842
40	1.6839	2.0211	100	1.6602	1.9840
41	1.6829	2.0195	101	1.6601	1.9837
42	1.6820	2.0181	102	1.6599	1.9835
43	1.6811	2.0167	103	1.6598	1.9833
44	1.6802	2.0154	104	1.6596	1.9830
45	1.6794	2.0141	105	1.6595	1.9828
46	1.6787	2.0129	106	1.6594	1.9826
47	1.6779	2.0117	107	1.6592	1.9824
48	1.6772	2.0106	108	1.6591	1.9822
49	1.6766	2.0096	109	1.6590	1.9820
50	1.6759	2.0086	110	1.6588	1.9818
51	1.6753	2.0076	111	1.6587	1.9816
52	1.6747	2.0066	112	1.6586	1.9814
53	1.6741	2.0057	113	1.6585	1.9812
54	1.6736	2.0049	114	1.6583	1.9810
55	1.6730	2.0040	115	1.6582	1.9808
56	1.6725	2.0032	116	1.6581	1.9806
57	1.6720	2.0025	117	1.6580	1.9804
58	1.6716	2.0017	118	1.6579	1.9803
59	1.6711	2.0010	119	1.6578	1.9801
60	1.6706	2.0003	120	1.6577	1.9799

Sumber : Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (Dr. Imam Ghozali)

Lampiran 12. 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
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90

45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
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

