

**HUBUNGAN ANTARA *SELF MONITORING* DENGAN
IMPULSIVE BUYING DI *E-COMMERCE (SHOPEE)* PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA
YOGYAKARTA YANG MEMILIKI *MOBILE BANKING***

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
YOGYAKARTA**

Aries Trianto

18081102

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI S1

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA

2023

HALAMAN JUDUL

HUBUNGAN ANTARA *SELF MONITORING* DENGAN *IMPULSIVE BUYING* DI *E-COMMERCE (SHOPEE)* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA YANG MEMILIKI *MOBILE BANKING*



Diajukan kepada :

Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat

Sarjana Strata Satu (S1)

Disusun Oleh:

Aries Trianto

18081102

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI S1

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

(HUBUNGAN ANTARA *SELF MONITORING* DENGAN *IMPULSIVE BUYING* DI E-COMMERCE (SHOPEE) PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA YANG MEMILIKI *MOBILE BANKING*

dan

THE RELATIONSHIP BETWEEN SELF MONITORING AND IMPULSIVE BUYING IN E-COMMERCE (SHOPEE) IN MERCU BUANA YOGYAKARTA UNIVERSITY STUDENTS WHO HAVE MOBILE BANKING)

SKRIPSI

Oleh

(Aries Trianto)

(18081102)

Skripsi ini telah di periksa dan di setujui serta siap untuk dipertahankan dihadapkan Tim Penguji Sidang Skripsi Prodi Psikologi S1

Fakultas Psikologi

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Dosen Pembimbing Skripsi	Nama Lengkap & Gelar	Tanggal disetujui/ac c	Tanda Tangan
DPS I	Dr. Alimatus Sahrah, M.M M.Si.	20 Juli 2022	

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN ANTARA *SELF MONITORING* DENGAN
IMPULSIVE BUYING DI *E-COMMERCE (SHOPEE)* PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA
YOGYAKARTA YANG MEMILIKI *MOBILE BANKING***

Oleh :

Aries Trianto

18081102

Telah dipertanggung jawabkan dan diterima
Oleh Tim Penguji pada tanggal 22 Februari 2023

Mengetahui,



Renyuniasanti, M.Psi., Ph.D., Psikolog

MERCU BUANA
YOGYAKARTA

Dosen Pembimbing



Dr. Alimatus Sahrah, M.M., M.Si.

Penguji



Nina Fitriana, S.Pd., S.Psi., M.A., M.Psi.,
Psikolog

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 24 Desember 2022



Aries Trianto

HALAMAN MOTTO

“ Terkadang orang dengan masa lalu paling kelam akan menciptakan masa depan paling cerah ”

(Sayidina Umar bin Khattab RA)

“ SURO DIRO JOYO JAYADININGRAT, LEBUR DENING PANGASTUTI ”

(Segala sifat keras hati, picik, angkara murka, hanya bisa di kalahkan dengan sikap bijak, lembut hati dan sabar)

(Mbah Sunan Kalijaga)

“ Tetaplah Berkarya dan Berjuang Demi kesuksesan Tanpa Menjatuhkan Orang Lain ”

(Anggit Widhy Pratama)

“ Win without bragging and lose without complaining ”

(Bapak Negara)

HALAMAN PERSEMBAHAN

**DENGAN AWALAN BISMILLAHIROHMANIROHIM DAN DIAKHIRI
ALHAMDULILLAH**

Karya ini peneliti persembahkan untuk:

Allah SWT

Puji Syukur atas segala rahmat dan karunia-Nya, atas-Nya peneliti dapat memiliki ilmu, kekuatan, kesabaran, dan kesehatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan tepat waktu.

Kedua Orang Tua

Kepada Bapak Pamudjo dan Ibu Ngesti Rina Subiyanti terimakasih atas dukungan yang diberikan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

Doa dan nasehat yang diberikan, selalu menjadi motivasi bagi peneliti untuk terus melakukan yang terbaik dalam proses penyelesaian penelitian skripsi ini.

Kakak

Kepada Kak Fariz dan Kak Luthfi yang paling aku sayangi semoga kelak kamu menjadi orang sukses, berbakti kepada orang tua dan selalu taat kepada gusti Allah swt

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji syukur panjat Tuhan Maha Esa, atas berkat, rahmat dan karunianya saya mengucapkan syukur dan hamdalah karena dapat menyelesaikan skripsi ini.

Saya mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang senantiasa membantu peneliti untuk dapat menyelesaikan penelitian ini. Adapun secara khusus saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Agus Slamet, S.T., M.P., selaku Rektor Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang berkontribusi dalam membantu peneliti untuk mengembangkan Universitas dan Fakultas jauh lebih baik
2. Reny Yuniasanti, M.Psi., Ph.D., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang membantu peneliti dalam hal dunia perkuliahan dan juga akademik mahasiswa
3. Dr. M. Wahyu Kuncoro, S.Psi., M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang berkontribusi dalam membantu mahasiswa untuk terkait pengembangan kampus dan juga mahasiswa
4. Narastri Insan Utami, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku Ketua Program Studi Sarjana Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang berkontribusi dalam segala urusan masalah perkuliahan
5. Sheilla Varadhila P., M.Psi., Psikolog selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa menemani perjalanan akademik peneliti hingga saat ini

6. Dr. Alimatus sahrah, M.M., M.Si. , Psikolog selaku Dosen Pembimbing Skripsi (DPS). Terimakasih atas arahan dan nasihatnya. Terimakasih telah berkenan memberikan bimbingan kepada penulis dengan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik;
7. Dosen Penguji; Segenap Bapak/Ibu Dosen Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang luar biasa kepada penulis;
8. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta;
9. Seluruh responden yang mau meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini;
10. Bapak ibu saya yang senantiasa memberikan dukungan, cinta dan nasihatnya terhadap apa yang peneliti lakukan
11. Kak Fariz dan Kak Luthfi selaku Kakak yang selalu memberikan motivasi saya agar cepat menyelesaikan skripsi ini
12. Kepada semua Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta Angkatan 2018 yang bersedia menjadi subjek penelitian sehingga sangat membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian
13. Kepada asisten dosen P3 Kak Netty yang sangat membantu peneliti dalam pengerjaan penelitian ini
14. Kepada sahabat perjuangan skripsi Mellyn, Dita, Alfian, Govinda, Adrian, Kholis, Sifa, Della, Febby, Agnes, Henri, Dina, Deva, Pandu, Suci, Yoga, Lukman, Amel, Farah dan seluruh Mahasiswa Psikologi Angkatan 2018.

Selebihnya, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang mendukung dan membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
Abstrak.....	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1. Tujuan Penelitian	10
2. Manfaat penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Impulsive Buying	11
1. Pengertian Impulsive Buying.....	11
2. Aspek-aspek Impulsive Buying.....	12
3. Faktor- Faktor Impulsive Buying	13
B. Self Monitoring	15
1. Pengertian Self Monitoring.....	15
2. Aspek-aspek Self Monitoring	16
C. Hubungan antara <i>Self Monitoring</i> dengan <i>Impulsive Buying</i> pada Mahasiswa ...	18
D. Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional	22

1. Impulsive Buying	22
2. Self Monitoring	22
B. Subjek Penelitian.....	23
C. Metode Pengumpulan Data.....	25
D. Pelaksanaan Penelitian	32
E. METODE ANALISIS DATA.....	33
BAB IV.....	34
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Hasil Penelitian.....	34
1. Deskripsi Subjek Penelitian	34
2. Deskripsi Data Penelitian	35
3. Kategorisasi Peneliltian.....	36
4. Uji Prasyarat.....	38
5. Uji Hipotesis	39
B. Pembahasan.....	40
BAB V PENUTUP	46
A. Kesimpulan.....	46
B. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	51

DAFTAR TABEL

TABEL 1	Distribusi aitem Skala Sebelum Uji Coba <i>Impulsive Buying</i> ...	27
TABEL 2	Distribusi aitem Skala Sesudah Uji Coba <i>Impulsive Buying</i> ...	28
TABEL 3	Distribusi aitem Skala Sebelum Uji Coba <i>Self Monitoring</i>	29
TABEL 4	Distribusi aitem Skala Sesudah Uji Coba <i>Self Monitoring</i>	30
TABEL 5	Kategorisasi Pengguna <i>Shopee</i>	33
TABEL 6	Kategori Pengguna Pembayaran <i>Mobile Banking</i>	33
TABEL 7	Kategori Jenis Kelamin	34
TABEL 8	Deskripsi Penelitian	35
TABEL 9	Kategorisasi Skala <i>Impulsive Buying</i>	36
TABEL 10	Kategorisasi Skala <i>Self Monitoring</i>	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	<i>Professional Judgement</i>	54
Lampiran II	Skala Uji Coba.....	56
Lampiran III	Tabulasi Uji Coba	68
Lampiran IV	Hasil Uji Coba	84
Lampiran V	Skala Penelitian	90
Lampiran VI	Tabulasi Penelitian.....	102
Lampiran VII	Uji Asumsi.....	175
Lampiran VIII	Uji Hipotesis.....	182

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan antara *Self Monitoring* dengan *Impulsive Buying* di *E-Commerce (SHOPEE)* pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang Memiliki *Mobile Banking*. Adapun hipotesis yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara *self monitoring* dengan *impulsive buying* terhadap Mahasiswa, artinya semakin tinggi *self monitoring* maka *impulsive buying* akan semakin tinggi tinggi pula. Sebaliknya semakin rendah *self monitoring* maka *impulsive buying* terhadap semakin rendah. Metode pengumpulan data yang digunakan berupa skala. Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *self monitoring* dengan *impulsive buying*. Berdasarkan hasil analisis korelasi *product moment (pearson correlation)* diperoleh koefisien korelasi (r_{xy}) = 0,577 ($p = 0,000$) berarti terdapat hubungan positif antara *self monitoring* dengan *impulsive buying* pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang memiliki *Mobile Banking*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Selain itu, koefisien determinasi atau (R^2) sebesar 0,333 yang menunjukkan bahwa sumbangan *self monitoring* terhadap *impulsive buying* hanya sebesar 33,3%, sementara sisanya 66,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Self monitoring, Impulsive buying, E-Commerce (SHOPEE)*

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between Self Monitoring and Impulsive Buying in E-Commerce (SHOPEE) in Students of Mercu Buana University Yogyakarta who have Mobile Banking. The hypothesis set in this study is that there is a positive relationship between self-monitoring and impulsive buying for students, meaning that the higher the self-monitoring, the higher the impulsive buying will be. Conversely, the lower the self-monitoring, the lower the impulsive buying. The data collection method used is in the form of scale. The scale used in this study is a self-monitoring scale with impulsive buying. Based on the results of the product moment correlation analysis (pearson correlation obtained the correlation coefficient $(r_{xy}) = 0.577$ ($p = 0.000$) means that there is a positive relationship between self-monitoring and impulsive buying in Students of Mercu Buana University Yogyakarta who have Mobile Banking. This suggests that the hypothesis in this study is accepted. In addition, the coefficient of determination or (R^2) of 0.333 which shows that the contribution of self-monitoring to impulsive buying was only 33.3%, while the remaining 66.7% was influenced by other factors that were not studied in this study.

Keywords: Self monitoring, Impulsive buying, E-Commerce (SHOPEE)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan era globalisasi saat ini ditandai adanya transisi ke era digitalisasi. Kemajuan teknologi digital saat ini tidak dapat dipisahkan dari lingkungan masyarakat dalam penyampaian informasi seperti komunikasi antar individu atau antar kelompok, penggunaan jejaring internet, transaksi dompet digital (*e-wallet*), edukasi *e-learning*, dan kebutuhan sandang dan pangan pribadi. Perkembangan teknologi internet di media sosial mempengaruhi gaya hidup (*lifestyle*) kalangan masyarakat dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan karyawan (Annisa, 2021).

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok yang termasuk pada periode dewasa awal. Hurlock (1997) menjelaskan bahwa masa awal perkuliahan merupakan masa-masa penyesuaian diri terhadap lingkungan. Pada masa awal perkuliahan ini, mahasiswa masih melakukan penyesuaian diri, termasuk penyesuaian perilakunya. Kecenderungan mahasiswa tingkat awal untuk melakukan kegiatan bersama relasi baru cukup tinggi termasuk melakukan perilaku konsumtif terhadap gaya hidup (*lifestyle*) yang *up to date* (Hurlock, 1997).

Dalam suatu kelompok mempengaruhi keinginan individu melakukan perilaku konsumtif pada platform (*e-commerce*) seperti Blibli.com, Lazada, Tokopedia, JD.ID, Ralali, Bhineka, Bukalapak dan Shopee yang diakses melalui

aplikasi *mobile* yang berbasis Android dan IOS yang dapat di *install* melalui *playstore* atau *appstore*. Shopee adalah *marketplace* yang dikelola oleh SEA Group yang resmi hadir di Indonesia pada Desember 2015 yang dikelola oleh PT. Shopee International Indonesia. Shopee mudah di terima oleh lapisan masyarakat karena menjalankan bisnis C2C (*Customer To Customer*). Shopee memiliki fitur (gratis ongkir, shopee koin, shopee pay, shopee *pay later*, *voucher*, *cashback*, layanan *Cash on Demand*, shopee *game*, shopee *LIVE*, shopee *feed*, dan *live chat*) dan kategori produk (elektronik, makanan, minuman, fashion, bayi, anak, perawatan, kesehatan, perlengkapan rumah, dan perlengkapan olahraga. Shopee menerapkan sistem layanan *customer* dan *buyer* yang interaktif melalui sistem pembayaran melalui *mobile banking*, transfer bank, kredivo, Indomart dan *Credit Card*. *E-Commerce* Shopee memiliki banyak fitur dan produk yang mudah digunakan menjadikan daya tarik konsumen untuk melakukan transaksi jual dan beli dimasa era digitalisasi (Laily, 2022).

Pembayaran *E-Commerce* Shopee bisa menggunakan cash dan juga layanan *mobile banking*. Penggunaan layanan *mobile banking* mempengaruhi sikap yang dapat menimbulkan profit atau nonprofit tergantung pada keyakinan dan penilaian setiap individu dalam melakukan suatu tindakan transaksi pembelian. Menurut Angelica (2020), di sisi lain *mobile banking* memiliki pengaruh terhadap pencurian data pribadi (*smishing*) dan data yang sudah terenkripsi dapat diretas jika ponsel nasabah hilang atau dicuri. Di sisi lain kekurangan penggunaan *mobile banking* adalah tidak bisa tarik tunai, terdapat kendala nasabah dalam tahap sinkronisasi menggunakan *mobile banking* di beberapa bank saat memasukkan PIN yang

dikirimkan ke nomor handphone yang sudah terdaftar, adanya sifat ketergantungan pengguna terhadap ketersediaan *mobile banking* dengan jaringan seluler (Angelica, 2020).

Menurut Rabiman (2013) teknologi yaitu suatu kepribadian dan organisasi yang berlaku di dalam kekuatan perusahaan ekonomi yang berpartisipasi melalui virtual untuk menciptakan inovasi program yang dapat dikonsumsi masyarakat. Annisa (2021) dalam jurnalnya mengenai generasi industry mengemukakan bahwa adanya perubahan mendasar dalam ranah masyarakat sebagai konsumen dari cara konsumsi yang dibutuhkan dengan cara konsumsi yang dirancang oleh produsen. Dalam masyarakat kapitalis global terdapat tiga jenis kekuasaan yang beroperasi di belakang produksi dan konsumsi sebuah produk yaitu kekuasaan produsen, kekuasaan capital dan kekuasaan media massa. Dalam tiga bentuk kekuasaan menentukan gaya produksi serta konsumsinya. *Mobile banking* berperan penting dalam hubungan konsumen dan produsen yang meningkatkan produktivitas individu dalam penggunaannya sehingga menjadikan simbol budaya konsumtif masyarakat modern (Annisa, 2021).

Pembelian melalui *Online Shopping* menjadi tren pada masyarakat modern, khususnya mahasiswa yang *prestise* nya harus selalu *up to date*. Menurut Thohiroh (2015) *online shopping* merupakan cara belanja yang memudahkan untuk kalangan masyarakat khususnya mahasiswa dan menarik mahasiswa membeli barang dengan hanya tampilan yang ditawarkan saja. Arisandy (2017) mengatakan bahwa mahasiswa dapat terpengaruh karena adanya barang yang di anggap murah, visual yang menarik dalam penataannya dan mudahnya akses untuk berbelanja melalui

Online Shopping. Kemudahan akses teknologi dalam masyarakat modern menjadi daya tarik untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan dengan mudah yang menyebabkan terjadinya *impulsive buying*.

Verplanken dan Herabadi (2001) mendefinisikan *Impulsive Buying* sebagai pembelian yang tidak rasional dan diasosiasikan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional. Dorongan emosional tersebut terkait dengan adanya perasaan yang intens yang ditunjukkan dengan melakukan pembelian karena adanya dorongan untuk membeli suatu produk dengan segera, mengabaikan konsekuensi negatif, merasakan kepuasan dan mengalami konflik di dalam pemikiran. Menurut Rook (1987) pembelian impulsif merupakan perilaku pembelian yang disebabkan adanya dorongan yang kuat, tiba-tiba, dan terus-menerus yang berupaya mendorong konsumen untuk membeli suatu benda yang menyebabkan konflik diri terhadap sisi kognitif individu. Herabadi (2003) menyebutkan beberapa aspek yang ada dalam perilaku *impulsive buying* yaitu aspek-aspek kognitif dan afektif dari kecenderungan belanja *impulsive*. Aspek kognitif, berkaitan dengan kurangnya perencanaan serta unsur ketidaksengajaan dalam melakukan pembelanjaan. Aspek afektif, berkaitan dengan perasaan sukacita, bergairah, dorongan untuk membeli, serta kesulitan untuk tidak merasa tertarik terhadap sesuatu, dan kemungkinan penyesalan kelak setelah melakukan pembelanjaan.

Penelitian dari Tayibnapis, Wuryaningsih (2018) menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki *impulsive buying* sebanyak 60% dan juga sedangkan seorang mahasiswa yang tidak memiliki minat untuk *shopping* sebanyak 40%. Hal

ini menunjukkan bahwa *impulsive buying* menjadi suatu permasalahan bagi mahasiswa. Ditambah lagi, kebanyakan mahasiswa belanja melalui *online shop* seperti *shoppe* dan menyukai promo pada saat Ramadhan dan Hari Raya Lebaran lalu misalnya, fitur *Shopee Tanam* disukai oleh 49% dari kelompok umur 19-24 dan 25-30 tahun. Disusul oleh fitur *Goyang Shopee* (10 persen), *Shopee Serba 10 Ribu* (6 persen). Setelah itu disusul oleh Tokopedia dengan *Tap Tap Mantap-Lucky Egg* (6 persen) dan *Shopee* lagi dengan *Shopee Capit* (2 persen). Baru disusul Bukalapak dengan *Serbu Seru* (4 persen) dan Lazada dengan *Lazada Voucher Rain* (2 persen) dan *LazadaLazCity* (2 persen). *Shopee* merupakan *e-commerce* dengan *top of mind* tertinggi dengan persentase 71% dan *Shopee* menduduki peringkat pertama sebagai pasar digital yang paling eksis dengan persentase 90%. Hal itu tidak terlepas dari promo dan kampanye yang di lakukan secara rutin dan dianggap menarik bagi masyarakat Indonesia. Dalam hal ini survey menunjukkan bahwa *E-Commerce* *Shopee* diminati masyarakat kapitalis di Indonesia ditunjukkan adanya kepuasan pelanggan karena adanya alat promosi penjualan yang digunakan (Shoppe, 2021).

Peneliti melakukan wawancara kepada 20 orang Mahasiswa pengguna *shoppe* dengan metode pembayaran M-Banking. Adapun hasil wawancara menunjukkan bahwa 15 dari 20 mahasiswa memiliki permasalahan terhadap *impulsive buying*. Hasil wawancara mengacu pada aspek dari Herabadi (2003) yaitu aspek-aspek kognitif dan afektif. Pada aspek Aspek kognitif, subjek merasa bahwa belanja merupakan sumber pemikiran yang baik ketika mengalami suatu keadaan yang tidak baik. Kurangnya perencanaan belanja membuat subjek khawatir dan tidak mendapatkan promo dari *shoppe* membuat subjek kepikiran setiap saat. Pada

Aspek afektif, subjek tertarik belanja di shoppe karena banyak promo dan fitur yang dimana membuat subjek menjadi senang. Subjek merasa adanya ketertarikan untuk belanja serta tidak memiliki rasa penyesalan. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa 15 dari 20 mahasiswa memiliki permasalahan terhadap *impulsive buying*. Hal ini dikarenakan bahwa sesuai dengan aspek yang berkaitan dengan jawaban dari subjek.

Seharusnya, mahasiswa dapat mengurangi kegiatan shopping dan fokus terhadap perkuliahannya (Bashar & Saraswat, 2020). Hal ini bertujuan agar mengurangi pembelian secara tidak sengaja. Tetapi, pada kenyataannya seorang mahasiswa melakukan pembelanjaan bertujuan untuk memunculkan sifat hedonis dan rasa pamer pada konsumen yang berminat membeli tanpa mengutamakan prioritas berbelanja sesuai dengan kebutuhan. Hal ini akan mempengaruhi Gaya hidup atau *lifestyle* seseorang yang dimana sudah menjadi belanja sebagai kesehariannya (Lyer, Blut, Xiao & Grewal, 2020). Dalam hal ini *impulsive buying* berperan penting dalam aspek kehidupan konsumen yang mempengaruhi gaya hidup dan juga hedonis individu yang dipengaruhi oleh stimuli eksternal yang berkaitan dengan faktor penjualan dalam kekuasaan kapitalis media massa dan kekuasaan produsen (Yusliyanti, 2016).

Loudon dan Bitta (1993) mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi *impulsive buying*, yaitu : a. Produk dengan karakteristik harga murah, kebutuhan kecil atau marginal, produk jangka pendek, ukuran kecil, dan toko yang mudah dijangkau. b. Pemasaran dan marketing yang meliputi distribusi dalam jumlah banyak outlet yang *self service*, iklan melalui media massa yang

sangat sugestibel dan terus menerus, iklan di titik penjualan, posisi display dan lokasi toko yang menonjol. c. Karakteristik konsumen seperti kepribadian, jenis kelamin, sosial demografi atau karakteristik sosial ekonomi. Peneliti memfokuskan karakteristik konsumen sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi *impulsive buying*. Hal ini dikarenakan bahwa faktor kepribadian merupakan salah satu bentuk karakteristik dari konsumen (Loudon dan Bitta, 1993). *Self Monitoring* merupakan salah satu dari karakteristik dari kepribadian. *Self monitoring* melibatkan pertimbangan ketepatan dan kelayakan sosial, perhatian terhadap informasi perbandingan sosial (*social comparison*), kemampuan untuk mengendalikan dan memodifikasi penampilan diri dan fleksibilitas penggunaan kemampuan ini dalam situasi-situasi tertentu (Snyder, dalam Direzkia, 1999). Tingkat observasi maupun kontrol individu pada perilaku ekspresif dan presentasi diri bertujuan menyesuaikan dengan kehidupan sosial sosial (O'Cass 2000), dengan demikian *self monitoring* merupakan keterampilan individu untuk mempresentasikan diri, menyadari tentang bagaimana menampilkan dirinya pada orang lain (Penrod, 1986).

Self monitoring adalah kemampuan individu untuk menangkap petunjuk yang ada di sekitarnya, baik personal maupun situasional yang spesifik untuk mengubah penampilannya, dengan tujuan menciptakan kesan positif yang meliputi kemampuan individu untuk memantau perilakunya dan juga sensitivitas individu untuk melakukan pemantauan terhadap dirinya (Hiskawati, 2004). Menurut Snyder dan Gangestad (1986) *self monitoring* memiliki berbagai aspek yaitu (a) aspek kontrol penampilan diri (*expressive self control*), yaitu berhubungan dengan kemampuan aktif mengontrol perilaku ekspresif yang ditampilkan. (b) Pemen-

atasan pertunjukan sosial (*social stage presence*), yaitu berhubungan dengan kecenderungan untuk bertingkah laku dan menarik perhatian dalam situasi sosial sosial. (c) Penyajian kesesuaian diri (*other directedness self-presentation*) yang berhubungan dengan peran individu yang diharapkan orang lain dalam situasi sosial.

Penelitian dari Anastasia, Rasimin & Nurhayati (2008) menunjukkan bahwa *self monitoring* memiliki peran terhadap perilaku *impulsive buying*. Individu dengan *self monitoring* tinggi cenderung lebih responsif terhadap kehidupan sosialnya karena lebih berorientasi pada publik. Individu akan mempelajari dengan cermat iklan dari televisi yang bersifat sugestibel dan teman-teman sebayanya sehingga akan mendorong melakukan *impulsive buying* (Anastasia, Rasimin & Nurhayati, 2008)

Self monitoring tidak hanya berpengaruh pada perilaku sosial seseorang, namun juga pada perilaku pembelian- nya. Sesuai dengan yang diungkap oleh Snyder (dalam O'Cass, 2000) menyebutkan bahwa *self monitoring* akan mempengaruhi perilaku konsumtif karena hal ini berhubungan dengan tingkat interes individu untuk terus memelihara penampilan luarnya, melalui produk fashion sebagai pesan image individu kepada orang lain. Individu dengan tingkat *self monitoring* tinggi mempunyai perilaku *impulsive buying* yang tinggi juga. Individu mudah sekali terpengaruh dengan penampilan orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui tayangan iklan TV maupun media lain untuk mendukung presentasi dirinya (Anastasia, Rasimin & Nurhayati, 2008).

De Bono & Packer (dalam O’Cass, 2000) menyatakan bahwa individu dengan *self monitoring* tinggi akan lebih responsif terhadap berbagai iklan. Bagi Individu dengan *self monitoring* rendah, individu terlihat tidak begitu antusias memperhatikan atau meniru dan menyesuaikan penampilannya dengan orang lain. Maka secara otomatis mereka juga kurang peduli dengan trend mode yang sering berganti-ganti. Individu lebih senang mengenakan pakaian yang mereka rasakan sesuai dengan kepribadiannya (Anastasia, Rasimin & Nurhayati, 2008).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa adanya Hubungan antara *Self Monitoring* dengan *Impulsive Buying* di *E-Commerce (SHOPEE)* pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang Memiliki *Mobile Banking*?. Maka, peneliti tertarik untuk melakukan suatu penelitian dengan judul “Hubungan antara *Self Monitoring* dengan *Impulsive Buying* di *E-Commerce (SHOPEE)* pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang Memiliki *Mobile Banking*”.

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan antara *Self Monitoring* dengan *Impulsive Buying* di *E-Commerce (SHOPEE)* pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang Memiliki *Mobile Banking*

2. Manfaat penelitian

- a. Manfaat teoritis adalah memberikan kontribusi bagi pengembangan psikologi pada umumnya dan psikologi industri dan organisasi pada khususnya *Self Monitoring* dengan *Impulsive Buying* di *E-Commerce (SHOPEE)* pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang Memiliki *Mobile Banking*.
- b. Manfaat praktis hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan kepada seluruh mahasiswa terkait pengaruh promosi penjualan dan kepemilikan *mobile banking* terhadap *impulsive buying* pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Impulsive Buying

1. Pengertian Impulsive Buying

Verplanken dan Herabadi (2001) mendefinisikan pembelian impulsif sebagai pembelian yang tidak rasional dan dilakukan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional. Dorongan emosional tersebut terkait dengan adanya perasaan yang intens yang ditunjukkan dengan melakukan pembelian karena adanya dorongan untuk membeli suatu produk dengan segera, mengabaikan konsekuensi negatif, merasakan kepuasan dan mengalami konflik di dalam pemikiran. Hausman (2000) mengatakan bahwa *unplanned buying* berkaitan dengan pembelian yang dilakukan tanpa adanya perencanaan dan termasuk *impulse buying*, yang dibedakan oleh kecepatan relatif terjadinya keputusan pembelian.

Impulsive buying merupakan perilaku yang dilakukan oleh kelompok stimulan atau parsial yang di dorong oleh pikiran bawah sadar yang merupakan *innate desire* yang tidak terkontrol demi kepuasan dalam melakukan pembelian. *Impulsive buying* diukur dengan adanya perasaan berlebihan akan ketertarikan produk yang dijual, adanya konflik yang terjadi antara pengendalian emosional dengan kesenangan di dalam diri individu. Konsumen merasa *ambivalen* terhadap produk yang menjadi objek impulsif.

2. Aspek-aspek Impulsive Buying

Herabadi (2003) menyebutkan beberapa aspek yang ada dalam perilaku *impulsive buying* yaitu aspek-aspek kognitif dan afektif dari kecenderungan belanja *impulsive*.

- a) Aspek kognitif, berkaitan dengan kurangnya perencanaan serta unsur ketidaksengajaan dalam melakukan pembelian.
- b) Aspek afektif, berkaitan dengan perasaan sukacita, bergairah, dorongan untuk membeli, serta kesulitan untuk tidak merasa tertarik terhadap sesuatu, dan kemungkinan penyesalan kelak setelah melakukan pembelian.

Sedangkan Menurut Utami (2016) ada empat aspek perilaku pembelian *impulsive buying* yaitu:

- a. Spontanitas

Proses pembelian terjadi tiba-tiba, tidak disengaja, mendorong konsumen untuk membeli sekarang.

- b. Kekuatan, Kompulsi dan Intensitas

Proses mengesampingkan kegiatan lain untuk melakukan kegiatan pembelian dengan seketika.

- c. Kegairahan dan Stimulasi

Emosi yang di rasakan konsumen yang bergairah dan tidak terkendali secara mendadak.

- d. Ketidakpedulian akan akibat

Dorongan untuk membeli begitu besar, sehingga mengabaikan akibat negatif yang akan di dapatkan.

Berdasarkan uraian diatas, Herabadi (2003) menyebutkan beberapa aspek yang ada dalam perilaku *impulsive buying* yaitu aspek-aspek kognitif dan afektif. Sedangkan Menurut Utami (2016) ada empat aspek perilaku pembelian *impulsive buying* yaitu: a. Spontanitas, b. Kekuatan, Kompulsi dan Intensitas, c. Kegairahan dan Stimulasi dan d. Ketidakpedulian akan akibat. Peneliti memilih aspek dari Herabadi (2003) karena aspek tersebut dapat menggambarkan *impulsive buying* secara kognitif dan afektif.

3. Faktor- Faktor Impulsive Buying

Loundon dan Bitta (1993) menambahkan bahwa faktor-faktor *impulsive buying* adalah :

- a. Produk murah, kebutuhan kecil atau marginal, produk jangka pendek, ukuran kecil.
- b. Pemasaran dan marketing yang meliputi distribusi dalam jumlah banyak outlet yang *self service*, iklan media massa, iklan di titik penjualan, posisi display dan lokasi toko yang menonjol
- c. Karakteristik konsumen seperti kepribadian, jenis kelamin, dan sosial demografi.

Disisi lain Ermy (2019) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi *Impulsive Buying* :

- a. *Shopping Lifestyle*

Perilaku pembeli yang berhubungan dengan pendapat pribadi atas pembelian produk.

b. *Fashion involvement*

Karakteristik pribadi yang dapat membujuk, mempengaruhi kepercayaan diri individu dalam membuat keputusan.

c. *Predecision stage*

Evaluasi pada tahap pengambilan keputusan dalam pembelian yang menjadikan bahan referensi untuk membeli produk.

d. *Post decision stage*

Tahap individu mengambil keputusan lebih lanjut berdasarkan rasa puas atau tidak puas.

Berdasarkan uraian diatas Peneliti memfokuskan karakteristik konsumen sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi *impulsive buying*. Hal ini dikarenakan bahwa faktor kepribadian merupakan salah satu bentuk karakteristik dari konsumen (Loudon dan Bitta, 1993). *Self Monitoring* merupakan salah satu dari karakteristik dari kepribadian. *Self monitoring* melibatkan pertimbangan ketepatan dan kelayakan sosial, perhatian terhadap informasi perbandingan sosial (*social comparison*), kemampuan untuk mengendalikan dan memodifikasi penampilan diri dan fleksibilitas penggunaan kemampuan ini dalam situasi-situasi tertentu (Snyder, dalam Dizekia, 1999). Tingkat observasi maupun kontrol individu pada perilaku ekspresif dan presentasi diri bertujuan menyesuaikan dengan kehidupan sosial sosial (O'Cass 2000), dengan demikian *self monitoring* merupakan keterampilan

individu untuk mempresentasikan diri, menyadari tentang bagaimana menampilkan dirinya pada orang lain (Penrod, 1986).

B. Self Monitoring

1. Pengertian Self Monitoring

Self monitoring adalah kemampuan individu untuk menangkap petunjuk yang ada di sekitarnya, baik personal maupun situasional yang spesifik untuk mengubah penampilannya, dengan tujuan menciptakan kesan positif yang meliputi kemampuan individu untuk memantau perilakunya dan juga sensitivitas individu untuk melakukan pemantauan terhadap dirinya (Hiskawati, 2004). Setiap individu berbeda dalam memilih jenis informasi yang digunakan untuk konsep dirinya. Tiap-tiap individu memiliki kesadaran berbeda-beda tentang cara menampilkan perilaku pada orang lain yang disebut sebagai self monitoring (Penrod, 1986). *Self Monitoring* adalah kemampuan yang dimiliki oleh individu untuk mengatur dan mengubah tingkah lakunya sesuai dengan petunjuk-petunjuk yang didapatkan oleh individu tersebut dalam situasi sosial tertentu agar dapat dipandang positif oleh orang lain disekitarnya (Rizal, Ruliaty & Suriani, 2015)

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *Self monitoring* adalah kemampuan individu untuk menangkap petunjuk yang ada di sekitarnya, baik personal maupun situasional yang spesifik untuk mengubah penampilannya, dengan tujuan menciptakan kesan positif yang meliputi kemampuan individu untuk

memantau perilakunya dan juga sensitivitas individu untuk melakukan pemantauan terhadap dirinya.

2. Aspek-aspek Self Monitoring

Menurut Kristiana (1997) *self monitoring* memiliki berbagai aspek yaitu

a) *Exspresive self control*

yaitu berhubungan dengan kemampuan aktif mengontrol perilaku ekspresif yang ditampilkan.

b) *Social stage presence*

yaitu berhubungan dengan kecenderungan untuk bertingkah laku dan menarik perhatian dalam situasi sosial sosial.

c) *Other directedness self-presentation*

yaitu berhubungan dengan peran individu yang diharapkan orang lain dalam situasi sosial.

Snyder (1974) membagi *self-monitoring* menjadi lima aspek, yaitu:

1. Kesesuaian lingkungan sosial dengan presentasi diri

Seorang individu berarti menyesuaikan peran seperti yang diharapkan orang lain dalam situasi sosial.

2. Memperhatikan informasi perbandingan sosial

Sebagai petunjuk dalam mengekspresikan diri agar sesuai dengan situasi tertentu, berarti memperhatikan informasi eksternal yang berasal dari lingkungannya sebagai pedoman bagi dirinya dalam berperilaku.

3. Kemampuan mengontrol dan memodifikasi presentasi diri
Berarti berhubungan dengan kemampuan untuk mengontrol dan mengubah perilakunya.
4. Kesiediaan untuk menggunakan kemampuan yang dimilikinya
Pada situasi-situasi khusus, berarti mampu untuk mampu menggunakan kemampuan yang dimiliki pada situasi-situasi penting.
5. Kemampuan membentuk tingkah laku ekspresi dan presentasi diri
Pada situasi yang berbeda-beda agar sesuai dengan situasi di lingkungan sosialnya, maka tingkah lakunya bervariasi pada berbagai macam situasi di lingkungan sosialnya.

Berdasarkan uraian diatas, Menurut Kristiana (1997) *self monitoring* memiliki berbagai aspek yaitu (a) *Exspresive self control*, (b) *Social stage presence*, (c) *Other directedness self-presentation*. Sedangkan Snyder (1974) membagi *self-monitoring* menjadi lima aspek, yaitu: 1. Kesesuaian lingkungan sosial dengan presentasi diri, 2. Memperhatikan informasi perbandingan sosial, 3. Kemampuan mengontrol dan memodifikasi presentasi diri, 4. Kesiediaan untuk menggunakan kemampuan yang dimilikinya dan 5. Kemampuan membentuk tingkah laku ekspresi dan presentasi diri. Peneliti menggunakan aspek dari Snyder dan Gangestad (1986) karena dapat menggambarkan *self-monitoring* pada Mahasiswa

C. Hubungan antara *Self Monitoring* dengan *Impulsive Buying* pada Mahasiswa

Para mahasiswa akan melakukan upaya apa saja untuk dapat menampilkan dirinya sesuai dengan lingkungan sosialnya atau untuk menarik perhatian orang-orang yang di sekitarnya. Mahasiswa dengan self-monitoring tinggi akan lebih banyak menggunakan petunjuk atau informasi dari sosialnya daripada yang ada dalam dirinya sendiri. Mahasiswa dengan self-monitoring yang tinggi akan cenderung mudah dipengaruhi dan cenderung ingin menampilkan citra positif akan dirinya kepada lingkungan sosialnya (Snyder dan Gangestad, 1986) .

Dalam menampilkan citra positif akan dirinya akan dimanifestasikan dalam bentuk penampilan atau menggunakan pakaian yang sesuai dengan model fashion yang terbaru di lingkungannya. Dengan begitu para mahasiswa akan menggunakan uangnya yang seharusnya dapat memenuhi kebutuhan hidupnya di kampus atau kos untuk mengupdate penampilan yaitu dengan membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang dapat menunjang penampilannya atau barang-barang yang sedang ramai menjadi perhatian di lingkungannya agar tidak ketinggalan zaman. Pembelian dan pengkonsumsian barang tersebut tidaklah sesuai dengan kebutuhan, melainkan hanyalah keinginan mereka untuk menggunakan agar diterima di lingkungannya. Perilaku membeli tersebut dikatakan *impulsive buying*. Menurut Kristiana (1997) *self monitoring* memiliki berbagai aspek yaitu (a) *Exspresive self control*, (b) *Social stage presence*, (c) *Other directedness self-presentation*.

Pada aspek *exspresive self control*, berhubungan dengan kemampuan aktif mengontrol perilaku ekspresif yang ditampilkan (Kristiana, 1997) . Individu dengan

kontrol penampilan diri tinggi menurut Snyder (dalam Raven dan Rubin, 1983) memiliki keinginan untuk menjadi pusat perhatian, peka terhadap reaksi yang dikeluarkan oleh orang lain dan mendapatkan reaksi yang positif dari orang lain. Hal inilah yang cenderung membuat seseorang bisa ekspresif dalam melakukan sesuatu. Memberi barang dengan unsur ketidaksengajaan memunculkan suatu *impulse buying* yang dimana bisa menjadi sumber perhatian dengan memperlihatkan barang tersebut dan kemudian bisa membanggakan diri pada orang lain (Kacen, 2002).

Pada aspek *social stage presence* yaitu berhubungan dengan kecenderungan untuk bertingkah laku dan menarik perhatian dalam situasi sosial (Kristiana, 1997). Seseorang memiliki pementasan pertunjukan sosial yang tinggi didalam suatu pembelian sebuah produk atau barang merupakan seseorang yang melakukan tindak pembelian yang tidak tuntas yang artinya membeli produk yang sama tapi hanya berbeda merek, atau membeli suatu barang karena ada hadiah yang ditawarkan atau membeli produk karena banyak orang yang memakai produk tersebut. Pembelian suatu produk yang tidak tuntas cenderung menarik suatu perhatian terhadap orang lain agar membeli suatu barang dan cenderung *impulsive buying* (Sumartono, 2002). Perilaku ini cenderung menghambur-hamburkan uang untuk membeli barang-barang yang sedang menjadi trend di lingkungannya sehingga dapat menunjang penampilan agar diterima di lingkungan sosialnya.

Pada aspek *other directedness self-presentation*, yaitu berhubungan dengan peran individu yang diharapkan orang lain dalam situasi sosial. Seseorang yang memiliki penyajian kesesuaian diri akan lebih responsif terhadap berbagai iklan. Hal ini bertujuan untuk peran yang diharapkan oranglain. Seseorang yang memiliki

penyajian kesesuaian diri akan antusias memperhatikan atau meniru dan menyesuaikan penampilannya dengan orang lain. Maka secara otomatis Seseorang yang memiliki penyajian kesesuaian diri memunculkan rasa peduli dengan trend mode yang sering berganti-ganti yang dimana dituntut untuk sesuai dengan kepribadiannya (O’Cass, 2000).

Penelitian dari Anastasia, Rasimin & Nurhayati (2008) menunjukkan bahwa *self monitoring* memiliki peran terhadap perilaku *impulsive buying*. Individu dengan *self monitoring* tinggi cenderung lebih responsif terhadap kehidupan sosialnya karena lebih berorientasi pada publik. Individu akan mempelajari dengan cermat iklan dari televisi yang bersifat sugestibel dan teman-teman sebayanya sehingga akan mendorong melakukan *impulsive buying* (Anastasia, Rasimin & Nurhayati, 2008)

Self monitoring tidak hanya berpengaruh pada perilaku sosial seseorang, namun juga pada perilaku pembelannya. Sesuai dengan yang diungkap oleh Snyder (dalam O’Cass, 2000) menyebutkan bahwa *self monitoring* akan mempengaruhi perilaku konsumtif karena hal ini berhubungan dengan tingkat interes individu untuk terus memelihara penampilan luarnya, melalui produk fashion sebagai pesan image individu kepada orang lain. Individu dengan tingkat *self monitoring* tinggi mempunyai perilaku *impulsive buying* yang tinggi juga. Individu mudah sekali terpengaruh dengan penampilan orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui tayangan iklan TV maupun media lain untuk mendukung presentasi dirinya (Anastasia, Rasimin & Nurhayati, 2008).

De Bono & Packer (dalam O’Cass, 2000) menyatakan bahwa individu dengan *self monitoring* tinggi akan lebih responsif terhadap berbagai iklan. Bagi Individu dengan *self monitoring* rendah, individu terlihat tidak begitu antusias memperhatikan atau meniru dan menyesuaikan penampilannya dengan orang lain. Maka secara otomatis mereka juga kurang peduli dengan trend mode yang sering berganti-ganti. Individu lebih senang mengenakan pakaian yang mereka rasakan sesuai dengan kepribadiannya (Anastasia, Rasimin & Nurhayati, 2008).

D. Hipotesis

Berdasarkan pemaparan latar belakang, perumusan masalah, maka hipotesis yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara *self monitoring* dengan *impulsive buying* terhadap Mahasiswa, artinya semakin tinggi *self monitoring* maka *impulsive buying* akan semakin tinggi pula. Sebaliknya semakin rendah *self monitoring* maka *impulsive buying* terhadap semakin rendah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional

Berdasarkan rumusan masalah dan rumusan hipotesis penelitian maka yang menjadi variabel dalam penelitian adalah :

1. Variabel Terikat : *Impulsive Buying*
2. Variabel Bebas: *Self Monitoring*

Adapun definisi operasional dari variabel-variabel diatas yaitu :

1. Impulsive Buying

Impulsive buying adalah pembelian yang tidak rasional dan dilakukan dengan pembelian yang cepat dan tidak direncanakan, diikuti oleh adanya konflik pikiran dan dorongan emosional. Pengukuran *Impulsive buying* menggunakan skala *Impulsive buying* yang disusun oleh peneliti berdasarkan aspek dari Herabadi (2003) aspek kognitif dan afektif. Tingginya *Impulsive buying* menunjukkan tingginya *Impulsive buying* pada mahasiswa. Rendahnya *Impulsive buying* menunjukkan rendahnya *Impulsive buying* pada mahasiswa.

2. Self Monitoring

Self monitoring adalah kemampuan individu untuk menangkap petunjuk yang ada di sekitarnya, baik personal maupun situa-ional yang spesifik untuk mengubah penampilannya, dengan tujuan menciptakan kesan positif yang meliputi kemampuan individu untuk memantau perilakunya dan juga sensitivitas individu untuk melakukan pemantauan terhadap dirinya. Pengukuran *Self monitoring*

menggunakan *skala Self monitoring*. Skala *Self monitoring* disusun oleh peneliti berdasarkan aspek menurut Kristiana (1997) *self monitoring* memiliki berbagai aspek yaitu (a) *Exspresive self control*, (b) *Social stage presence*, (c) *Other directedness self-presentation*. Tingginya *Self monitoring* menunjukkan tingginya *Self monitoring* pada Mahasiswa. Rendahnya *Self monitoring* rendahnya *Self monitoring* pada Mahasiswa.

B. Subjek Penelitian

Subjek Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Jumlah subjek dalam penelitian ini sebanyak 350 orang. Terdapat 4 karakteristik subjek dalam penelitian ini :

1. Mahasiswa

Mujahidah (2021) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan pembelian yang tidak dilakukan berdasarkan kebutuhan, tetapi untuk mencoba produk walau tidak membutuhkannya. Eva (2015) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan *wastefull consumption* yang dimaknai sebagai perilaku konsumen dalam melakukan pembelian barang atau produk yang tidak berguna. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

2. Dewasa Awal

Hurlock (1996) menjelaskan dewasa awal adalah masa peralihan dari masa remaja. Masa remaja yang ditandai dengan pencarian identitas diri, pada masa dewasa awal, identitas diri ini didapat sedikit-demi sedikit sesuai dengan umur

kronologis dan mental age-nya. Berbagai masalah juga muncul dengan bertambahnya umur pada masa dewasa awal.

Seseorang yang digolongkan dalam usia dewasa awal berada dalam tahap hubungan hangat, dekat dan komunikatif dengan atau tidak melibatkan kontak seksual. Bila gagal dalam bentuk keintiman maka ia akan mengalami apa yang disebut isolasi (merasa tersisihkan dari orang lain, kesepian, menyalahkan diri karena berbeda dengan orang lain). Menurut Hurlock (1996), dewasa awal dimulai pada umur 18 tahun samapi kira-kira umur 40 tahun, saat perubahan-perubahan fisik dan psikologis yang menyertai berkurangnya kemampuan reproduktif.

3. Pengguna *Shopee*

Shopee merupakan *e-commerce* dengan *top of mind* tertinggi dengan persentase 71% dan Shopee menduduki peringkat pertama sebagai pasar digital yang paling eksis dengan persentase 90%. Hal itu tidak terlepas dari promo dan kampanye yang di lakukan secara rutin dan dianggap menarik bagi masyarakat Indonesia. Dalam hal ini survey menunjukkan bahwa *E-Commerce* Shopee diminati masyarakat kapitalis di Indonesia ditunjukkan adanya kepuasan pelanggan karena adanya alat promosi penjualan yang digunakan.

4. Mobile Banking

Perkembangan ekonomi berdasarkan teknologi informasi sudah menjadi paradigma global, dewasa ini setiap pelaku ekonomi telah menggunakan layanan perbankan modern untuk meningkatkan efektivitas layanan yang diberikan. Adanya persoalan penting diantara industri perbankan nasional adalah dituntut untuk bisa

menjaga nasabah yang telah ada ditengah kebutuhan yang semakin beragam, baik itu dalam konteks produk maupun pelayanan untuk tetap merasa nyaman dalam melakukan transaksi. Hal ini bisa diatasi melalui beragam pelayanan yang didukung teknologi informasi.

M-Banking dapat digunakan untuk bermacam-macam transaksi, beberapa diantaranya yaitu: 1) untuk mengecek saldo rekening dan history transaksi bank; 2) membayar macam-macam tagihan; 3) pemindahan antar account. Diharapkan transaksi yang ditawarkan oleh bank semakin berkembang sesuai kebutuhan setiap nasabah, karena m-banking adalah customer based sehingga pangsa pasar yang dilayani diharapkan akan semakin luas.

C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan berupa skala. Skala merupakan kesepakatan yang dapat digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada pada alat ukur, sehingga alat ukur tersebut digunakan dalam pengukuran yang menghasilkan kuantitatif (Sugiono, 2016). Jenis skala yang digunakan dalam skala ini adalah skala likert. Skala Likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2015). Skala pengukuran menggunakan rentang skor 1 sampai 4 dengan menggunakan 4 alternatif jawaban yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Skor alternatif jawaban untuk pernyataan *favorable* berkisar antara 1-4, dengan rincian Sangat Sesuai (SS) diberi skor 4, Setuju (S) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1. Sedangkan skor alternative jawaban

untuk pernyataan *unfavorable* berkisar antara 1-4, dengan rincian Sangat Setuju (SS) diberi skor 1, Setuju (S) diberi skor 2, Tidak Setuju (TS) diberi skor 3 dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 4.

Sebelum digunakan untuk penelitian, skala diuji validitas dan reliabilitasnya. Azwar (2016) menyatakan bahwa validitas mempunyai arti sejauh mana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Syarat aitem yang dapat digunakan dalam penelitian ini adalah aitem yang mempunyai koefisien validitas minimal 0,300 (Azwar, 2016). Berdasarkan hal tersebut maka aitem yang mempunyai koefisien validitas yang dibawah 0,300 dinyatakan gugur dan aitem tersebut tidak dapat digunakan dalam penelitian. Pemilihan aitem skala dilakukan berdasarkan pengujian daya beda aitem atau daya diskriminasi aitem.

Menurut Azwar (2017) daya diskriminasi aitem adalah sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan yang tidak memiliki atribut yang diukur. Kriteria pemilihan aitem didasarkan pada korelasi aitem total dengan batasan $r_{ix} \geq 0,30$. Aitem yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,30 daya pembeda aitemnya dianggap memuaskan. Apabila kurang dari 0,30 dapat diinterpretasikan sebagai aitem yang memiliki daya diskriminasi rendah dan dianggap gugur dan tidak dimasukkan ke dalam skala penelitian (Azwar, 2017).

Setelah dilakukan uji validitas aitem, maka dilanjutkan dengan uji reliabilitas. Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu proses pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2016). Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam

beberapa kali pengukuran terdapat kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek dalam diri subjek yang diukur belum berubah (Azwar, 2016). Pengujian reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini menggunakan teknik uji reliabilitas *Cronbach's Alpha* (Azwar, 2016). Koefisien reliabilitas ($r_{xx'}$) berada dalam rentang angka dari 0 sampai 0,900, koefisien reliabilitas yang semakin tinggi mendekati angka 0,900 berarti pengukurannya semakin reliabel (Azwar, 2017). Terdapat dua skala psikologis dalam penelitian ini yaitu skala *impulsive buying* dan skala *self monitoring*.

Berikut ini merupakan instrumen pengumpulan data yang digunakan :

1. Skala *Impulse buying*

Skala *Impulse buying* disusun oleh peneliti menggunakan aspek dari Herabadi (2003) yaitu :

- a) Aspek kognitif, berkaitan dengan kurangnya perencanaan serta unsur ketidaksengajaan dalam melakukan pembelian. Contoh aitem: *Saya merasa tidak sengaja beli barang tersebut*
- b) Aspek afektif, berkaitan dengan perasaan sukacita, bergairah, dorongan untuk membeli, serta kesulitan untuk tidak merasa tertarik terhadap sesuatu, dan kemungkinan penyesalan kelak setelah melakukan pembelian. Contoh aitem: *Saya suka membeli produk tersebut*

Skala *Impulsive Buying* terdiri dari 40 aitem yang terdiri dari 20 *favourable* dan 20 *unfavourable*. Adapun alternatif jawab dalam skala prokrastina akademik yaitu

Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Adapun tabel Skala *Impulse buying* dapat dilihat dibawah ini

Tabel 1. Distribusi Aitem Skala *Impulsive Buying* Sebelum Uji Coba

Aspek	Aitem		Jumlah
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Kognitif	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	21,22,23,24,25,26,27, 28,29,30	10
Afektif	11,12,13,14,15,16,17,18,19,20	31,32,33,34,35,36,37, 38,39,40	10
Jumlah	20	20	40

Peneliti melakukan uji coba pada tanggal 14 Juni 2022 sampai dengan 20 Juni 2022 dengan 68 Mahasiswa. Hasil uji coba menggunakan SPSS Versi 22. Skala *impulsive buying* menggunakan daya beda aitem 0,200. Hasil uji coba Skala *Impulsive Buying* menunjukkan bahwa dari aitem awal yaitu 40 aitem menunjukkan bahwa tidak ada aitem yang gugur. Daya beda aitem bergerak dari 0,226 sampai dengan 0,771. Adapun reliabilitas dari skala *impulsive buying* adalah 0,955. Tabel blueprint setelah uji coba dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 2. Distribusi Aitem Skala *Impulsive Buying* Sesudah Uji Coba

Aspek	Aitem		Jumlah
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
Kognitif	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10	21,22,23,24,25,26,27, 28,29,30	10
Afektif	11,12,13,14,15,16,17,18,19,20	31,32,33,34,35,36,37, 38,39,40	10
Jumlah	20	20	40

2. Skala *Self Monitoring*

Menurut Kristiana (1997) *self monitoring* memiliki berbagai aspek yaitu

d) *Exspresive self control*

yaitu berhubungan dengan kemampuan aktif mengontrol perilaku ekspresif yang ditampilkan.

e) *Social stage presence*

yaitu berhubungan dengan kecenderungan untuk bertingkah laku dan menarik perhatian dalam situasi sosial sosial.

f) *Other directedness self-presentation*

yaitu berhubungan dengan peran individu yang diharapkan orang lain dalam situasi sosial.

Skala *Self Monitoring* terdiri dari 16 aitem yang terdiri dari 8 *favourable* dan 8 *unfavourable*. Adapun alternatif jawab dalam skala prokrastina akademik yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Adapun tabel Skala *Impulse buying* dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 3. Distribusi Aitem Skala *Self Monitoring* Sebelum Uji Coba

Aspek	Aitem		Jumlah
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
<i>Exspresive self control</i>	1,2,3	10,11,12	6
<i>Social stage presence</i>	4,5,6	13,14,15	6
<i>Other directedness self-presentation</i>	7,8,9	16,17,18	6
Jumlah	9	9	18

Peneliti melakukan uji coba pada tanggal 14 Juni 2022 sampai dengan 20 Juni 2022 dengan 68 Mahasiswa. Hasil uji coba menggunakan SPSS Versi 22. Skala *Self Monitoring* menggunakan daya beda aitem 0,300. Hasil uji coba Skala *Self Monitoring* menunjukkan bahwa dari aitem awal yaitu 18 aitem menunjukkan bahwa tidak ada aitem yg gugur. Daya beda aitem bergerak dari 0,302 sampai dengan 0,789. Adapun reliabilitas dari skala *Self Monitoring* adalah 0,938. Tabel blueprint setelah uji coba dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4. Distribusi Aitem Skala *Self Monitoring* Setelah Uji Coba

Aspek	Aitem		Jumlah
	<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
<i>Exspresive self control</i>	1,2,3	10,11,12	6
<i>Social stage presence</i>	4,5,6	13,14,15	6
<i>Other directedness self-presentation</i>	7,8,9	16,17,18	6
Jumlah	9	9	18

D. Pelaksanaan Penelitian

Adapun prosedur pelaksanaan penelitian ini adalah:

1. Peneliti melakukan pembuatan alat ukur yang dimana dilandaskan dengan teori yang digunakan.
2. Setelah dilakukan pembuatan alat ukur, peneliti melakukan diskusi dengan dosen pembimbing untuk kelayakan alat ukur tersebut.
3. Peneliti melakukan uji coba pada tanggal 14 Juni sampai dengan 18 Juni dengan 68 Mahasiswa Pengguna shopee dengan metode bayar *Mobile Banking*.
4. Adapun cara penyebaran skala adalah peneliti membuat google form kemudian membagikan link *google form* <https://tinyurl.com/skalaaries> melalui media sosial seperti *whatsapp, instagram*, dllnya.
5. Peneliti membuat pengantar dalam penyebarannya dengan “Salam Sejahtera, Perkenalkan saya Aries Trianto...” kemudian membagikan *google form* tersebut.
6. Peneliti membagikan ke temannya yang dimana menggunakan aplikasi shopee sebagai metode belanjanya dan membayar melalui mobile banking.
7. Setelah itu, peneliti melakukan analisis uji coba guna mengetahui daya beda aitem dan reliabilitas dalam sebuah alat ukur.
8. Peneliti melakukan uji coba pada bulan juli pada Mahasiswa Pengguna shopee dengan metode bayar *Mobile Banking*.

9. Adapun cara penyebaran skala adalah peneliti membuat *google form* kemudian membagikan link *google form* melalui media sosial seperti *whatsapp, instagram, dllnya*.
10. Peneliti membuat pengantar dalam penyebarannya dengan “Salam Sejahtera, Perkenalkan saya Aries Trianto...” kemudian membagikan *google form* tersebut.
11. Peneliti membagikan ke temannya yang dimana menggunakan aplikasi *shopee* sebagai metode belanjanya dan membayar melalui *mobile banking*
12. Setelah itu, peneliti melakukan analisis terkait hasil penelitian.

E. METODE ANALISIS DATA

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan *analisis korelasi product moment* yang dikembangkan oleh Perason untuk menguji hubungan antara *self monitoring* dengan *impulsive buying*. Peneliti menggunakan teknik analisis ini karena *analisis korelasi product moment* sesuai untuk menguji hipotesis mengenai hubungan antara 2 variabel.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek Penelitian

Adapun deskripsi subjek penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 5. Kategorisasi Pengguna Shopee

Pengguna Shopee	Jumlah	Persentase
Ya	350	100%
Tidak	0	0%
Total	350	100%

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 350 orang yang terdiri dari pengguna shopee dengan Ya sebanyak 100% (350 orang) dan tidak 0% (0 orang). Berdasarkan hasil data tersebut dapat diketahui bahwa Mayoritas Mahasiswa yang pengguna shopee sebanyak 350 orang

Tabel 6. Kategorisasi Pengguna Pembayaran Mobile Banking

Pengguna Shopee	Jumlah	Persentase
Ya	350	100%
Tidak	0	0%
Total	350	100%

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 350 orang yang terdiri dari pengguna shopee dengan Ya sebanyak 100% (350 orang) dan tidak 0% (0 orang). Berdasarkan hasil data tersebut dapat diketahui bahwa Mayoritas

Mahasiswa yang pengguna shopee dengan pembayaran Mobile Banking sebanyak 350 orang.

Tabel 7. Kategori Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	150	40%
Perempuan	200	60%
Jumlah	350	100%

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 350 orang yang terdiri dari Jenis kelamin laki-laki sebanyak 40% (150 Orang) dan jenis kelamin perempuan sebanyak 60% (200 orang). Berdasarkan pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa subjek dalam penelitian ini mayoritas jenis kelamin perempuan.

2. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian yang diperoleh dari Skala *Self Monitoring* dan *Impulsive Buying* akan digunakan sebagai dasar pengujian hipotesis dengan perlunya dilakukan kategorisasi. Menurut Azwar (2014) kategorisasi dilakukan dengan mengasumsikan bahwa skor populasi dari subjek memiliki distribusi yang normal, dengan demikian akan diperoleh skor hipotetik yang terdistribusi normal. Berdasarkan data hipotetik Skala *Impulsive Buying* diperoleh hasil skor minimal sebesar (jumlah aitem variabel x skor minimal tiap aitem) = $40 \times 1 = 40$, skor maksimal (jumlah aitem variabel x skor maksimal tiap aitem) = $40 \times 4 = 160$. Rerata hipotetik

sebesar (jumlah skor minimal+jumlah skor maksimal : 2) = $160+40:2 = 100$ dan jarak sebaran adalah (jumlah skor maksimal – jumlah skor minimal) = $160-40 = 120$. Sedangkan standar deviasi yang dimiliki bernilai (jumlah skor maksimal – skor minimal : 6) = $160-40:6 = 20$.

Pada Skala *Self Monitoring*, data hipotetik diperoleh hasil skor minimal sebesar (jumlah aitem variabel x skor minimal tiap aitem) = $18 \times 1 = 18$, skor maksimal (jumlah aitem variabel x skor maksimal tiap aitem) = $18 \times 4 = 72$. Rerata hipotetik sebesar (jumlah skor minimal+jumlah skor maksimal : 2) = $72+18:2 = 45$ dan jarak sebaran adalah (jumlah skor maksimal – jumlah skor minimal) = $72-18 = 54$. Sedangkan standar deviasi yang dimiliki bernilai (jumlah skor maksimal – skor minimal : 6) = $72-18:6 = 9$.

Tabel 8. Deskripsi Data Penelitian

Variabel	N	Data Hipotetik				Data Empirik			
		Mean	Skor		SD	Mean	Skor		SD
			Min	Max			Min	Max	
<i>Self Monitoring</i>	350	45	18	72	9	54,66	83	160	4,906
<i>Impulsive Buying</i>	350	120	40	160	20	$\frac{125,6}{4}$	44	66	4,906

Keterangan:

- N = Jumlah Subjek
- Mean = Rerata
- Min = Skor minimal atau terendah
- Max = Skor maksimal atau tertinggi
- SD = Standar Deviasi

3. Kategorisasi Penelitian

Menurut Azwar (2014) untuk mengetahui variabel-variabel penelitian pada subyek yang termasuk tinggi atau rendah dapat dilakukan dengan menetapkan kriteria kategorisasi. Kategorisasi skor jawaban subyek

dalam penelitian ini menggunakan tiga kriteria yaitu tinggi, sedang dan rendah. Klasifikasi skor jawaban subjek dari masing-masing variabel adalah:

a. Impulsive Buying

Hasil kategorisasi skor *Impulsive Buying* dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Kategorisasi skor Skala *Impulsive Buying*

Kategori	Pedoman	Skor	N	Presentase
Tinggi	$X \geq (\mu + 1\sigma)$	$X \geq 140$	100	10%
Sedang	$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$100 \leq X < 140$	200	65%
Rendah	$X < (\mu - 1\sigma)$	$X < 100$	150	35%
Jumlah			350	100%

Keterangan:

X = X – Skor subjek

μ = Mean atau rerata hipotetik

σ = Standart deviasi hipotetik

Berdasarkan kategori diatas, dapat diketahui bahwa Mahasiswa yang menggunakan shopee yang memiliki *Impulsive Buying* dalam kategori tinggi sebesar 10% (100 subjek), kategori sedang sebesar 65% (200 subjek) dan kategori rendah sebesar 35% (150 subjek). Hal ini menunjukkan bahwa subjek dalam penelitian sebagian besar memiliki *Impulsive Buying* pada kategori sedang.

b. Self Monitoring

Hasil kategorisasi skor *Self Monitoring* dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Kategorisasi skor Skala *Self Monitoring*

Kategori	Pedoman	Skor	N	Presentase
Tinggi	$X \geq (\mu + 1\sigma)$	$X \geq 69$	300	70%
Sedang	$(\mu - 1\sigma) \leq X < (\mu + 1\sigma)$	$46 \leq X < 69$	30	20%

Rendah	$X < (\mu - 1\sigma)$	$X < 46$	20	10%
Jumlah			350	100%

Keterangan:

X = X – Skor subjek

 μ = Mean atau rerata hipotetik σ = Standart deviasi hipotetik

Berdasarkan kategori diatas, dapat diketahui bahwa Mahasiswa yang menggunakan shopee yang memiliki *Self Monitoring* dalam kategori tinggi sebesar 70% (200 subjek), kategori sedang sebesar 20% (30 subjek) dan kategori rendah sebesar 10% (20 subjek). Hal ini menunjukkan bahwa subjek dalam penelitian sebagian besar memiliki *Self Monitoring* pada kategori tinggi.

4. Uji Prasyarat

Sebelum melakukan uji hipotesis yang menggunakan teknik analisis korelasi *product moment* terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi guna mengetahui apakah data yang dikumpulkan memenuhi syarat untuk dianalisis dengan teknik statistik yang dipilih, yaitu dengan melakukan uji normalitas dan uji linieritas (Hadi, 2015).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam bentuk statistik. Kaidah untuk uji normalitas adalah apabila nilai signifikansi dari uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,050$ maka sebaran data mengikuti distribusi normal dan apabila nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov $\leq 0,050$ maka sebaran data tidak mengikuti distribusi normal (Hadi, 2015). Berdasarkan

hasil uji normalitas *self monitoring* di peroleh $KS-Z = 0,113$ dengan $p = 0,200$ dan *impulsive buying* di peroleh $KS-Z = 0,098$ dengan $p = 0,200$. Data tersebut menunjukkan bahwa skor *impulsive buying* dan *self monitoring* mengikuti sebaran data yang normal.

b. Uji Linieritas

Setelah melakukan uji normalitas, peneliti melakukan uji linieritas untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel menunjukkan hubungan yang linier atau tidak. Pedoman yang digunakan adalah apabila nilai signifikansi $p \leq 0,050$ maka hubungan antara variabel bebas dan terikat merupakan hubungan yang linier. Apabila nilai signifikansi $p \geq 0,050$ maka hubungan antara variabel bebas dan terikat bukan merupakan hubungan linier. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap kedua variabel diperoleh $F = 207,241$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,050$). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel *self monitoring* dengan *impulsive buying* merupakan hubungan linier.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product momen (pearson correlation)* yang dikembangkan oleh Karl Pearson (Sugiyono, 2016). Teknik *pearson correlation* digunakan untuk menentukan hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Jika diperoleh korelasi yang signifikan berarti ada hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Kaidah untuk uji korelasi adalah apabila p

$< 0,050$ berarti ada korelasi antara variabel bebas dan variabel terikat. Jika $p \geq 0,050$ berarti tidak ada korelasi antara kedua variabel.

Berdasarkan hasil analisis korelasi *product moment* (*pearson correlation*) diperoleh koefisien korelasi (r_{xy}) = 0,577 ($p = 0,000$) berarti terdapat hubungan positif antara *self monitoring* dengan *impulsive buying* terhadap Mahasiswa, artinya semakin tinggi *self monitoring* maka *impulsive buying* akan semakin tinggi tinggi pula. Sebaliknya semakin rendah *self monitoring* maka *impulsive buying* terhadap semakin rendah. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima. Selain itu, hasil analisis data juga menunjukkan koefisien determinasi atau (R^2) sebesar 0,333 yang menunjukkan bahwa sumbangan *self monitoring* terhadap *impulsive buying* hanya sebesar 33,3%, sementara sisanya 66,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Hubungan antara *Self Monitoring* dengan *Impulsive Buying* di *E-Commerce (SHOPEE)* pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang Memiliki *Mobile Banking*. Berdasarkan hasil analisis korelasi *product moment* (*pearson correlation*) diperoleh koefisien korelasi (r_{xy}) = 0,577 ($p = 0,000$) berarti terdapat hubungan positif antara *self monitoring* dengan *impulsive buying* terhadap Mahasiswa, artinya semakin tinggi *self monitoring* maka *impulsive buying* akan semakin tinggi tinggi pula. Sebaliknya semakin

rendah *self monitoring* maka *impulsive buying* terhadap semakin rendah. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Para mahasiswa akan melakukan upaya apa saja untuk dapat menampilkan dirinya sesuai dengan lingkungan sosialnya atau untuk menarik perhatian orang-orang yang di sekitarnya. Mahasiswa dengan *self-monitoring* tinggi akan lebih banyak menggunakan petunjuk atau informasi dari sosialnya daripada yang ada dalam dirinya sendiri. Mahasiswa dengan *self-monitoring* yang tinggi akan cenderung mudah dipengaruhi dan cenderung ingin menampilkan citra positif akan dirinya kepada lingkungan sosialnya (Snyder dan Gangestad, 1986).

Dalam menampilkan citra positif akan dirinya akan dimanifestasikan dalam bentuk penampilan atau menggunakan pakaian yang sesuai dengan model fashion yang terbaru di lingkungannya. Dengan begitu para mahasiswa akan menggunakan uangnya yang seharusnya dapat memenuhi kebutuhan hidupnya di kampus atau kos untuk mengupdate penampilan yaitu dengan membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang dapat menunjang penampilannya atau barang-barang yang sedang ramai menjadi perhatian di lingkungannya agar tidak ketinggalan zaman. Pembelian dan pengkonsumsian barang tersebut tidaklah sesuai dengan kebutuhan, melainkan hanyalah keinginan mereka untuk menggunakan agar diterima di lingkungannya. Perilaku membeli tersebut dikatakan *impulsive buying*. Menurut Kristiana (1997) *self monitoring* memiliki berbagai aspek

yaitu (a) *Exspresive self control*, (b) *Social stage presence*, (c) *Other directedness self-presentation*.

Pada aspek kontrol penampilan diri (*exspresive self control*), berhubungan dengan kemampuan aktif mengontrol perilaku ekspresif yang ditampilkan (Snyder dan Gangestad, 1986) . Individu dengan kontrol penampilan diri tinggi menurut Snyder (dalam Raven dan Rubin, 1983) memiliki keinginan untuk menjadi pusat perhatian, peka terhadap reaksi yang dikeluarkan oleh orang lain dan mendapatkan reaksi yang positif dari orang lain. Hal inilah yang cenderung membuat seseorang bisa ekspresif dalam melakukan sesuatu. Memberi barang dengan unsur ketidaksengajaan memunculkan suatu *impulse buying* yang dimana bisa menjadi sumber perhatian dengan memperlihatkan barang tersebut dan kemudian bisa membanggakan diri pada orang lain (Kacen, 2002).

Korelasi antara Aspek Kontrol penampilan diri (*exspresive self control*) dengan *impulsive buying* adalah $r = 0,501$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,050$), yang berarti bahwa aspek rangkaian yang diekspresikan memiliki korelasi yang positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Artinya semakin tinggi Aspek Kontrol penampilan diri (*exspresive self control*) yang diekspresikan maka semakin tinggi *impulsive buying*. Aspek Kontrol penampilan diri (*exspresive self control*) memiliki pengaruh sebesar 25,1% terhadap *impulsive buying*.

Pada aspek Pementasan pertunjukan sosial (*social stage presence*) yaitu berhubungan dengan kecenderungan untuk bertingkah laku dan menarik perhatian dalam situasi sosial sosial (Snyder dan Gangestad, 1986) . Seseorang memiliki pementasan pertunjukan sosial yang tinggi didalam suatu pembelian sebuah produk atau barang merupakan seseorang yang melakukan tindak pembelian yang tidak tuntas yang artinya membeli produk yang sama tapi hanya berbeda merek, atau membeli suatu barang karena ada hadiah yang ditawarkan atau membeli produk karena banyak orang yang memakai produk tersebut. Pembelian suatu produk yang tidak tuntas cenderung menarik suatu perhatian terhadap orang lain agar membeli suatu barang dan cenderung *impulsive buying* (Sumartono, 2002). Perilaku ini cenderung menghambur-hamburkan uang untuk membeli barang-barang yang sedang menjadi trend di lingkungannya sehingga dapat menunjang penampilan agar diterima di lingkungan sosialnya.

Aspek Pementasan pertunjukan sosial (*social stage presence*) dengan *impulsive buying* adalah $r = 0,533$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,050$), yang berarti bahwa aspek rangkaian yang diekspresikan memiliki korelasi yang positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Artinya semakin tinggi Pementasan pertunjukan sosial (*social stage presence*) yang diekspresikan maka semakin tinggi *impulsive buying*. Aspek Pementasan pertunjukan sosial (*social stage presence*) memiliki pengaruh sebesar 28,4% terhadap *impulsive buying*.

Pada aspek Penyajian kesesuaian diri (*other directedness self-presentation*), yaitu berhubungan dengan peran individu yang diharapkan orang lain dalam situasi sosial. Seseorang yang memiliki penyajian kesesuaian diri akan lebih responsif terhadap berbagai iklan. Hal ini bertujuan untuk peran yang diharapkan oranglain. Seseorang yang memiliki penyajian kesesuaian diri akan antusias memperhatikan atau meniru dan menyesuaikan penampilannya dengan orang lain. Maka secara otomatis Seseorang yang memiliki penyajian kesesuaian diri memunculkan rasa peduli dengan trend mode yang sering berganti-ganti yang dimana dituntut untuk sesuai dengan kepribadiannya (O'Cass, 2000).

Aspek Penyajian kesesuaian diri (*other directedness self-presentation*) dengan *impulsive buying* adalah $r = 0,453$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,050$), yang berarti bahwa aspek rangkaian yang diekspresikan memiliki korelasi yang positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Artinya semakin tinggi Penyajian kesesuaian diri (*other directedness self-presentation*) yang diekspresikan maka semakin tinggi *impulsive buying*. Aspek Penyajian kesesuaian diri (*other directedness self-presentation*) memiliki pengaruh sebesar 69,9% terhadap *impulsive buying*

Penelitian dari Anastasia, Rasimin & Nurhayati (2008) menunjukkan bahwa *self monitoring* memiliki peran terhadap perilaku *impulsive buying*. Individu dengan *self monitoring* tinggi cenderung lebih responsif terhadap kehidupan sosialnya karena lebih berorientasi pada publik. Individu akan mempelajari dengan cermat iklan dari televisi yang

bersifat sugestibel dan teman-teman sebayanya sehingga akan mendorong melakukan *impulsive buying* (Anastasia, Rasimin & Nurhayati, 2008)

Self monitoring tidak hanya berpengaruh pada perilaku sosial seseorang, namun juga pada perilaku pembelian-nya. Sesuai dengan yang diungkap oleh Snyder (dalam O’Cass, 2000) menyebutkan bahwa *self monitoring* akan mempengaruhi perilaku konsumtif karena hal ini berhubungan dengan tingkat interes individu untuk terus memelihara penampilan luarnya, melalui produk fashion sebagai pesan image individu kepada orang lain. Individu dengan tingkat *self monitoring* tinggi mempunyai perilaku *impulsive buying* yang tinggi juga. Individu mudah sekali terpengaruh dengan penampilan orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui tayangan iklan TV maupun media lain untuk mendukung presentasi dirinya (Anastasia, Rasimin & Nurhayati, 2008).

De Bono & Packer (dalam O’Cass, 2000) menyatakan bahwa individu dengan *self monitoring* tinggi akan lebih responsif terhadap berbagai iklan bagi Individu dengan *self monitoring* rendah, individu terlihat tidak begitu antusias memperhatikan atau meniru dan menyesuaikan penampilannya dengan orang lain. Maka secara otomatis mereka juga kurang peduli dengan trend mode yang sering berganti-ganti. Individu lebih senang mengenakan pakaian yang mereka rasakan sesuai dengan kepribadiannya (Anastasia, Rasimin & Nurhayati, 2008).

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Hasil analisis korelasi *product moment* (*pearson correlation*) diperoleh koefisien korelasi (r_{xy}) = 0,577 ($p = 0,000$) berarti terdapat hubungan positif antara *self monitoring* dengan *impulsive buying* terhadap Mahasiswa, artinya semakin tinggi *self monitoring* maka *impulsive buying* akan semakin tinggi pula. Sebaliknya semakin rendah *self monitoring* maka *impulsive buying* terhadap semakin rendah. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Individu dengan *self monitoring* tinggi akan lebih responsif terhadap berbagai iklan bagi Individu dengan *self monitoring* rendah, individu terlihat tidak begitu antusias memperhatikan atau meniru dan menyesuaikan penampilannya dengan orang lain. Maka secara otomatis mereka juga kurang peduli dengan trend mode yang sering berganti-ganti. Individu lebih senang mengenakan pakaian yang mereka rasakan sesuai dengan kepribadiannya

B. Saran

Adapun saran dalam penelitian ini adalah

1. Mahasiswa Pengguna Shopee dengan Metode *Mobile Banking*

Mahasiswa diharapkan dapat lebih mengontrol diri agar tidak terjadinya *impulsive buying*. Adapun meningkatkan *self monitoring* cara mampu mengatur diri sendiri dalam belanja dan cenderung membeli barang dengan sesuai kebutuhannya.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya apabila tertarik meneliti kajian yang sama, diharapkan untuk meneliti subjek yang berbeda selain Mahasiswa agar mendapatkan data penelitian yang lebih sesuai dengan permasalahan yang sedang dikaji. Selain itu juga, peneliti selanjutnya diharapkan lebih update dalam teori yang dikaji dan diharapkan dapat mencari variabel lain selain *self monitoring* jika ingin meneliti *impulsive buying*. Peneliti diharapkan lebih menggali permasalahan yang akan diteliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisandy, N. (2017). Pengaruh pemahaman wajib pajak, kesadaran wajib pajak dan sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan bisnis online di pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 62-71.
- Annisa, A. (2021). Sejarah Revolusi Industri dari 1.0 sampai 4.0. *Artikel Mahasiswa Sistem Telekomunikasi*, 1, 2-3.
- Azwar. (2012). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, Saifudin. (2016). *Konstruksi Tes Kemampuan Kognitif*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar. (2017). *Metode penelitian psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bashar, A., & Saraswat, K. K. (2020). Impulsive buying behavior: a literature review. *Elk Asia Pacific J. Hum. Resour. Manage. Organis. Behav*, 6, 9-23.
- Direzkia, Y. (1999). Hubungan Locus of Control Eksternal dan Self monitoring dengan Kepercayaan terhadap Paranormal pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala Banda Aceh. *Skripsi (Tidak diterbitkan)*.
- Hadi, S. 2015. *Metodologi Riset*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar
- Hausman, A. (2000). A multi-method investigation of consumer motivations in impulse buying behavior. *Journal of consumer marketing*.
- Herabadi, A. G. (2003). *Buying impulses: A study on impulsive consumption*. [Si: sn].
- Hurlock, E. B. (1997). Psikologi Perkembangan Suatu pendekatan rentang kehidupan. *Jakarta: Erlangga*.
- Kacen, J. J., & Lee, J. A. (2002). The influence of culture on consumer impulsive buying behavior. *Journal of consumer psychology*, 12(2), 163-176.
- Kristiana, R. 1997. Hubungan antara Pemantauan Diri dengan Adaptive Selling pada Pramuniaga Galeria Matahari Yogyakarta. Skripsi (Tidak diterbitkan). Fakultas Psikologi Uni- versitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Laily (2002). <https://katadata.co.id/safrezi/berita/61ef7e4f41753/memahami-arti-konsumtif-indikator-faktor-dan-dampaknya/>

Diakses bulan Juli 2022

- Loudon, D. L., & Della Bitta, A. J. (1993). *Consumer Behaviour: Concepts and Applications* (4th ed.). New York: McGraw-Hill
- Iyer, G. R., Blut, M., Xiao, S. H., & Grewal, D. (2020). Impulse buying: a meta-analytic review. *Journal of the academy of marketing science*, 48(3), 384-404.
- Mujahidah, A. N. (2021). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya. *Indonesian Journal of School Counseling: Theory, Application, and Development*, 1(1), 1-10.
- O’Cass. 2000. A Psychometric Evaluation of A revised Version of the Lenox and Wolfe Revised Self monitoring. *Psychology and Marketing*. Vol 17 (5), 397 – 4419.
- Penrod, S. 1986. *Social Psychology* 2th ed. New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Rabiman, R. (2013). Pemilihan Media Pembelajaran untuk Meningkatkan Efektifitas Pembelajaran Mata Diklat Kejuruan di SMK Kompetensi Keahlian Teknik Kendaraan Ringan. *Jurnal Taman Vokasi*, 1(1).
- Rasimin, B. S., & Atamimi, N. (2008). Hubungan self monitoring dengan impulsive buying terhadap produk fashion pada remaja. *Jurnal Psikologi UGM*, 35(2), 130157.
- Raven, B.H., & Rubin, J.Z. (1983). *Social Psychology (2nd ed)* New York: Wiley.
- Rizal, S., & Ruliaty, S. (2015). Pengaruh penilaian kinerja dan self monitoring terhadap disiplin kerja pada karyawan bagian Teknik operasional pada kantor pelayanan wil I pdam kota makassar . *Jurnal Ekoomi Balance Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2).
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of consumer research*, 14(2), 189-199.
- Shapiro, P. N., & Penrod, S. (1986). Meta-analysis of facial identification studies. *Psychological Bulletin*, 100(2), 139–156. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.100.2.139>
- Snyder, M. (1974). Self-monitoring of expressive behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30(4), 526–537. <https://doi.org/10.1037/h0037039>
- Sugiyono, A. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono, A. (2002). *Kajian Koridor Pandanaran Sebagai Linkage Kota di Semarang* (Doctoral dissertation, PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS DIPONEGORO).

- Snyder & Gangestad, S. 1986. On The Nature of Self-monitoring : Matters of Assessment, Matters of Validity. *Journal of Personality And Social Psychology*. Vol. 51, No.1, 123-139.
- Tayibnapis, A. Z., Wuryaningsih, L. E., & Gora, R. (2018). The development of digital economy in Indonesia. *IJMBS International Journal of Management and Business Studies*, 8(3), 14-18.
- Thohiroh, A. Q., Yuwono, S., & Psi, S. (2015). *Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Utami, Anita Setyo & Achmad Dwityanto, S.Psi, M.Si (2016) *Hubungan Antara Dukungan Sosial Dengan Kesiapan Kerja Siswa SMK*. Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Verplanken, B., & Herabadi, A. (2001). Individual differences in impulse buying tendency: Feeling and no thinking. *European Journal of personality*, 15(1_suppl), S71-S83.
- Yusliyanti, D. Y. R. (2016). Pengaruh Hedonic Shopping Motivation dan Shopping Lifestyle terhadap impulse buying produk fashion pengunjung roxy square jember.
- Wibowo, A. S. (2016). Minat Menggunakan Mobile Banking Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya Untuk Melakukan Transaksi Pembayaran Spp. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 4(2).
- Jannah, M., Kamsani, S. R., & Ariffin, N. M. (2021). Perkembangan usia dewasa: tugas dan hambatan pada korban konflik pasca damai. *Bunayya: Jurnal Pendidikan Anak*, 7(2), 114-143.

LAMPIRAN

LAMPIRAN I

PROFESSIONAL JUDGEMENT

SURAT KETERANGAN *PROFESSIONAL JUDGEMENT*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, memberikan keterangan kepada mahasiswa bahwa:

Nama : Aries Trianto
NIM : 180811102
Fakultas : Psikologi
Universitas : Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Telah melakukan *professional judgement* untuk aitem dan juga skala penelitian yang berjudul
:

HUBUNGAN ANTARA *SELF MONITORING* DENGAN *IMPULSIVE BUYING* DI *E-COMMERCE (SHOPEE)* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA YANG MEMILIKI *MOBILE BANKING*

Demikian surat ini dapat digunakan dengan semestinya. Terimakasih

Yogyakarta, 07 Desember 2022



Dr. Alimatus Sahrah, M.M., M.Si

LAMPIRAN II
SKALA UJI COBA

Skala Psikologis

Salam Sejahtera,

Perkenalkan saya Aries Trianto mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang sedang mengambil mata kuliah skripsi. Saat ini saya sedang melakukan penyebaran skala penelitian guna melengkapi syarat tugas akhir/skripsi. Saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi skala saya. Adapun kriteria yang dibutuhkan adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa
2. Berusia 18-27
3. Sering belanja melalui Shoppe
4. Memiliki Mobile Banking

Partisipasi saudara/i dalam penelitian ini sangat berarti buat saya. Seluruh informasi dan jawaban yang saudara/i berikan akan terjaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian. Terimakasih atas partisipasinya, semoga saudara/i semua selalu diberikan kesehatan dan segala urusan saudara/i dapat dilancarkan dan dipermudah. Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Aries Trianto

* Required

Nama*

Your answer

Usia*

Your answer

Apakah pernah berbelanja di Shoppe*

Ya

Tidak

Apakah anda mempunyai Mobile Banking*

Ya

Tidak

[Next](#)

[Clear form](#)

Petunjuk Pengisian Skala

Pada halaman berikut ini terdapat pernyataan yang harus saudara/i jawab. Sebelum saudara/i menjawab, ada beberapa hal yang harus diperhatikan. Sebelum saudara/i mengisi jawaban pernyataan tersebut, saudara/i membaca terlebih dahulu setiap pernyataan tersebut. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan kondisi dan perasaan saudara/i. Adapun alternatif pilihan jawaban adalah :

SS : Jika pernyataan tersebut sangat sesuai dengan diri saudara/i

S : Jika pernyataan tersebut sesuai dengan diri saudara/i

TS : Jika pernyataan tersebut tidak sesuai dengan diri saudara/i

STS : Jika pernyataan tersebut sangat tidak sesuai dengan diri saudara/i

Jawablah dengan sejujurnya karena tidak ada jawaban benar dan salah.

Jawaban saudara/i

merupakan informasi yang sangat membantu penelitian saya. Semua jawaban saudara/i akan dijamin kerahasiaannya. Pastikan tidak ada pernyataan yang terlewat/belum dijawab. Demikian saya ucapkan, terima kasih.

[Back](#)

[Next](#)

[Clear form](#)

Skala A

Saya sering tergesa- gesa dalam memutuskan membeli barang*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya sering membeli barang diluar perencanaan*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya kurang cermat menentukan barang yang saya beli*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya suka membeli sesuatu tanpa berpikir terlebih dahulu*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya akan langsung membeli barang yang sedang diskon*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya kurang mampu mengelola keuangan saya saat berada ditoko*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya membeli barang tanpa alasan yang jelas*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya cepat mengambil keputusan dalam membeli barang yang saya anggap menarik*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya akan membeli produk yang menarik hati saya berapapun harganya*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya sering membeli barang tanpa saya sadari kegunaannya*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya merasa menyesal bila tidak langsung membeli barang yang saya sukai*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya merasa senang bila dapat membeli produk yang sedang ngetrend meskipun saya tidak membutuhkannya*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya senang saat berbelanja dan membeli barang-barang ditoko*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya terkadang sulit menahan perasaan untuk membeli sesuatu*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya bisa menjadi sangat bersemangat jika melihat sesuatu yang menarik dan ingin saya beli*

Sangat Setuju
Setuju

Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Apabila melihat barang bagus dan menarik yang saya suka ditoko,
terkadang saya segera ingin membelinya*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya merasa kurang dapat mengontrol perasaan saya saat membeli
barang*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya sering merasa kesulitan untuk melewatkan barang diskon*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya langsung membeli barang yang saya suka*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya kadang membeli barang karena saya menyukainya, bukan karena
saya membutuhkan*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya selalu berhati-hati dalam memutuskan membeli barang*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya membeli barang sesuai perencanaan yang saya buat*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Dalam berbelanja saya akan fokus pada barang yang saya butuhkan*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya membeli barang dengan pertimbangan yang matang*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya hanya akan membeli barang yang sesuai dengan kebutuhan meski ada penawaran diskon*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya hanya akan berbelanja sesuai daftar perencanaan yang sudah dibuat*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya membeli barang sesuai dengan kebutuhan*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya mempertimbangkan barang yang menarik dengan barang yang saya butuhkan*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya hanya akan mengeluarkan uang untuk membeli barang yang sesuai perencanaan saya*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya lebih baik membeli barang yang bermanfaat dari pada membeli barang yang menarik*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saat merasa baik-baik saja ketika tidak jadi membeli barang yang saya sukai*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya merasa biasa saja saat tidak membeli barang yang sedang ngetrend saat ini*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya lebih senang menabung dari pada membeli barang yang kurang bermanfaat*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya bukan tipe yang mudah jatuh cinta pada pandangan pertama dengan hal-hal yang saya lihat ditoko*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya tidak merasa kecewa saat tidak membeli barang yang menurut saya menarik*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya sering melihat barang yang menarik ditoko tanpa ada dorongan untuk membelinya*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya mampu mengontrol perasaan saya saat melihat barang yang menarik ditoko*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya jarang berbelanja walaupun sedang ada potongan harga*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya dapat menahan keinginan saya untuk membeli barang yang disukai*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya kurang tertarik membeli barang yang memang tidak saya butuhkan*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

[Back](#)

[Next](#)

Clear form

Skala B

Saya mampu berbicara didepan umum*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya mampu berpura-pura didepan orang lain*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya mampu menjadi pencair suasana*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya suka ingin diperhatikan*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya suka melucu*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya suka menilai orang lain*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya berusaha untuk mampu menyenangkan orang lain*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya berusaha untuk tampil sama dengan orang lain*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya lebih suka menutup masalah saya daripada mengumparnya*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya tidak mampu berbicara depan umum*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya kurang luwes depan orang lain*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya tidak bisa berpura-pura depan orang lain*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya tidak suka jadi pusat perhatian*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya kurang suka membawa suasana lucu*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya terkadang tidak suka memprediksi orang lain*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya kurang bisa menyenangkan hati oranglain*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya cenderung dingin dan tertutup*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya kurang suka dengan penampilan orang lain*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

[Back](#)

[Submit](#)

[Clear form](#)

LAMPIRAN III
TABULASI UJI COBA

Tabulasi uji coba skala impulsive buying

NO	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20
1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2
2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2
4	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
5	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3
6	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3
7	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3
9	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2
10	3	3	3	2	4	2	4	4	4	2	3	2	3	1	3	2	3	2	4	4
11	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2
12	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2
13	3	1	3	3	4	2	3	4	3	1	3	2	4	2	3	3	3	4	3	3

14	1	2	3	1	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	3	3
15	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	4	1	1	3	1	1	1	1
16	3	4	2	2	4	4	3	3	4	2	3	2	4	2	3	4	3	3	3	3
17	2	3	2	1	2	3	2	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2
18	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2
19	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3
20	2	3	2	2	4	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2
21	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1
22	2	3	2	1	2	4	1	3	2	1	4	2	3	4	4	4	4	2	2	3
23	2	3	2	1	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2	3	4	3	3	2	2
24	2	3	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3
25	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3
26	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	2	3	3	2	2	1	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3
28	3	1	3	3	1	2	2	3	3	2	3	2	1	2	2	3	2	3	3	2

29	2	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2
30	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
31	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	1	1	1	1	2	2	1	1	3	2	2	1	3	1	3	3	1	2	2	2	3
33	1	3	2	2	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	
34	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	
35	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	
36	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	
37	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	
38	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	
39	3	3	2	2	3	2	1	4	2	1	2	1	3	4	4	3	2	2	3	3	
40	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	
41	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
43	2	3	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	3	3	3	2	3	2	1	1	

59	2	2	2	3	3	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
62	2	2	1	1	4	1	1	3	1	1	1	1	3	2	1	1	1	3	1	1
63	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
65	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
66	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3
67	2	2	3	1	2	3	1	2	2	2	2	2	4	3	3	2	2	2	3	2
68	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	1

15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2
16	2	3	4	2	3	3	2	2	2	2	4	2	2	2	3	2	2	3	2	2
17	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2
18	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2
19	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	3
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2
21	1	1	1	1	4	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2
22	2	3	3	1	4	3	2	2	3	2	2	3	4	4	2	3	2	3	1	3
23	1	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2
24	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2
26	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2
27	1	2	2	1	3	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1
28	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2
29	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2

45	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
46	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2
47	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2
48	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2
49	2	2	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
52	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
53	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1
56	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
57	3	3	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	3
58	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
59	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3

Tabulasi skala uji coba self monitoring

NO	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18
1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	3	2	3	3	3	2	2	3
2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2
4	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
5	1	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2
6	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2
7	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2
9	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2
10	3	3	3	2	4	2	4	4	4	2	3	2	3	1	3	2	3	2
11	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3
12	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3
13	3	1	3	3	4	2	3	4	3	1	3	2	4	2	3	3	3	4

14	1	2	3	1	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2
15	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	4	1	1	3	1	1
16	3	4	2	2	4	4	3	3	4	2	3	2	4	2	3	4	3	3
17	2	3	2	1	2	3	2	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3
18	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2
19	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2
20	2	3	2	2	4	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3
21	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1
22	2	3	2	1	2	4	1	3	2	1	4	2	3	4	4	4	4	2
23	2	3	2	1	3	4	3	2	3	2	2	2	3	2	3	4	3	3
24	2	3	2	2	3	1	1	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2
25	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2
26	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	2	3	3	2	2	1	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	2	2
28	3	1	3	3	1	2	2	3	3	2	3	2	1	2	2	3	2	3

29	2	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2
30	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
31	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	1	1	1	1	2	2	1	1	3	2	2	1	3	1	3	3	1	2
33	1	3	2	2	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3
34	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2
35	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2
36	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2
37	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4
38	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2
39	3	3	2	2	3	2	1	4	2	1	2	1	3	4	4	3	2	2
40	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1
41	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43	2	3	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	3	3	3	2	3	2

59	2	2	2	3	3	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3
62	2	2	1	1	4	1	1	3	1	1	1	1	3	2	1	1	1	3
63	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2
65	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
66	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2
67	2	2	3	1	2	3	1	2	2	2	2	2	4	3	3	2	2	2
68	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2

LAMPIRAN IV
HASIL UJI COBA

HASIL UJI COBA

1. SKALA IMPULSIVE BUYING

SEBELUM AITEM GUGUR

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	68	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	68	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.955	40

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.26	.874	68
VAR00002	2.47	.855	68
VAR00003	2.31	.815	68
VAR00004	2.15	.885	68
VAR00005	2.63	.913	68
VAR00006	2.44	.904	68
VAR00007	2.26	.891	68
VAR00008	2.65	.824	68
VAR00009	2.35	.894	68
VAR00010	2.21	.821	68
VAR00011	2.34	.745	68
VAR00012	2.12	.723	68
VAR00013	2.75	.699	68

VAR00014	2.40	.794	68
VAR00015	2.71	.774	68
VAR00016	2.62	.811	68
VAR00017	2.35	.842	68
VAR00018	2.38	.792	68
VAR00019	2.40	.775	68
VAR00020	2.46	.854	68
VAR00021	1.96	.679	68
VAR00022	1.96	.656	68
VAR00023	2.00	.773	68
VAR00024	1.85	.718	68
VAR00025	2.13	.809	68
VAR00026	2.19	.675	68
VAR00027	1.96	.721	68
VAR00028	2.01	.680	68
VAR00029	2.07	.739	68
VAR00030	1.76	.755	68
VAR00031	2.03	.863	68
VAR00032	1.75	.780	68
VAR00033	2.04	.905	68
VAR00034	2.04	.836	68
VAR00035	1.94	.790	68
VAR00036	1.94	.790	68
VAR00037	1.93	.759	68
VAR00038	2.06	.770	68
VAR00039	1.94	.731	68
VAR00040	1.99	.819	68

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	85.54	345.983	.655	.953
VAR00002	85.34	347.869	.611	.954
VAR00003	85.50	344.821	.746	.953
VAR00004	85.66	344.376	.697	.953
VAR00005	85.18	348.953	.536	.954
VAR00006	85.37	341.490	.771	.953

VAR00007	85.54	343.714	.713	.953
VAR00008	85.16	347.899	.634	.953
VAR00009	85.46	347.297	.599	.954
VAR00010	85.60	346.213	.694	.953
VAR00011	85.47	350.104	.624	.954
VAR00012	85.69	349.172	.680	.953
VAR00013	85.06	361.579	.226	.956
VAR00014	85.41	350.425	.572	.954
VAR00015	85.10	352.721	.507	.954
VAR00016	85.19	349.441	.593	.954
VAR00017	85.46	345.953	.683	.953
VAR00018	85.43	349.860	.593	.954
VAR00019	85.41	351.231	.559	.954
VAR00020	85.35	347.933	.609	.954
VAR00021	85.85	355.381	.478	.954
VAR00022	85.85	354.903	.515	.954
VAR00023	85.81	353.411	.484	.954
VAR00024	85.96	354.700	.475	.954
VAR00025	85.68	356.103	.371	.955
VAR00026	85.62	357.911	.380	.955
VAR00027	85.85	354.396	.484	.954
VAR00028	85.79	358.196	.366	.955
VAR00029	85.74	352.317	.548	.954
VAR00030	86.04	349.476	.638	.953
VAR00031	85.78	349.249	.560	.954
VAR00032	86.06	348.623	.647	.953
VAR00033	85.76	346.272	.623	.954
VAR00034	85.76	348.063	.619	.954
VAR00035	85.87	349.549	.606	.954
VAR00036	85.87	353.699	.463	.955
VAR00037	85.88	349.598	.630	.954
VAR00038	85.75	351.325	.559	.954
VAR00039	85.87	351.848	.572	.954
VAR00040	85.82	349.879	.571	.954

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
87.81	368.067	19.185	40

2. SKALA SELF MONITORING

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	68	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	68	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	18

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.26	.874	68
VAR00002	2.47	.855	68
VAR00003	2.31	.815	68
VAR00004	2.15	.885	68
VAR00005	2.63	.913	68
VAR00006	2.44	.904	68
VAR00007	2.26	.891	68
VAR00008	2.65	.824	68
VAR00009	2.35	.894	68
VAR00010	2.21	.821	68
VAR00011	2.34	.745	68
VAR00012	2.12	.723	68
VAR00013	2.75	.699	68
VAR00014	2.40	.794	68
VAR00015	2.71	.774	68

VAR00016	2.62	.811	68
VAR00017	2.35	.842	68
VAR00018	2.38	.792	68

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	41.13	95.102	.722	.933
VAR00002	40.93	96.397	.659	.935
VAR00003	41.09	94.977	.789	.932
VAR00004	41.25	94.966	.720	.933
VAR00005	40.76	96.272	.619	.936
VAR00006	40.96	94.341	.742	.933
VAR00007	41.13	94.326	.754	.933
VAR00008	40.75	96.877	.655	.935
VAR00009	41.04	96.132	.642	.935
VAR00010	41.19	96.127	.707	.934
VAR00011	41.06	97.728	.672	.934
VAR00012	41.28	97.458	.714	.934
VAR00013	40.65	103.396	.302	.941
VAR00014	41.00	98.896	.548	.937
VAR00015	40.69	99.291	.538	.937
VAR00016	40.78	98.055	.590	.936
VAR00017	41.04	95.535	.725	.933
VAR00018	41.01	97.388	.650	.935

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
43.40	108.183	10.401	18

LAMPIRAN V
SKALA PENELITIAN

Skala Psikologis

Salam Sejahtera,

Perkenalkan saya Aries Trianto mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang sedang mengambil mata kuliah skripsi. Saat ini saya sedang melakukan penyebaran skala penelitian guna melengkapi syarat tugas akhir/skripsi. Saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi skala saya. Adapun kriteria yang dibutuhkan adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa
2. Berusia 18-27
3. Sering belanja melalui Shoppe
4. Memiliki Mobile Banking

Partisipasi saudara/i dalam penelitian ini sangat berarti buat saya. Seluruh informasi dan jawaban yang saudara/i berikan akan terjaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian. Terimakasih atas partisipasinya, semoga saudara/i semua selalu diberikan kesehatan dan segala urusan saudara/i dapat dilancarkan dan dipermudah. Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Aries Trianto

* Required

Nama*

Your answer

Usia*

Your answer

Apakah pernah berbelanja di Shoppe*

Ya

Tidak

Apakah anda mempunyai Mobile Banking*

Ya

Tidak

[Next](#)

[Clear form](#)

Petunjuk Pengisian Skala

Pada halaman berikut ini terdapat pernyataan yang harus saudara/i jawab. Sebelum saudara/i menjawab, ada beberapa hal yang harus diperhatikan. Sebelum saudara/i mengisi jawaban pernyataan tersebut, saudara/i membaca terlebih dahulu setiap pernyataan tersebut. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan kondisi dan perasaan saudara/i. Adapun alternatif pilihan jawaban adalah :

SS : Jika pernyataan tersebut sangat sesuai dengan diri saudara/i

S : Jika pernyataan tersebut sesuai dengan diri saudara/i

TS : Jika pernyataan tersebut tidak sesuai dengan diri saudara/i

STS : Jika pernyataan tersebut sangat tidak sesuai dengan diri saudara/i

Jawablah dengan sejujurnya karena tidak ada jawaban benar dan salah.

Jawaban saudara/i

merupakan informasi yang sangat membantu penelitian saya. Semua jawaban saudara/i akan dijamin kerahasiaannya. Pastikan tidak ada pernyataan yang terlewat/belum dijawab. Demikian saya ucapkan, terima kasih.

[Back](#)

[Next](#)

[Clear form](#)

Skala A

Saya sering tergesa- gesa dalam memutuskan membeli barang*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya sering membeli barang diluar perencanaan*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya kurang cermat menentukan barang yang saya beli*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya suka membeli sesuatu tanpa berpikir terlebih dahulu*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya akan langsung membeli barang yang sedang diskon*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya kurang mampu mengelola keuangan saya saat berada ditoko*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya membeli barang tanpa alasan yang jelas*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya cepat mengambil keputusan dalam membeli barang yang saya anggap menarik*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya akan membeli produk yang menarik hati saya berapapun harganya*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya sering membeli barang tanpa saya sadari kegunaannya*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya merasa menyesal bila tidak langsung membeli barang yang saya sukai*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya merasa senang bila dapat membeli produk yang sedang ngetrend meskipun saya tidak membutuhkannya*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya senang saat berbelanja dan membeli barang-barang ditoko*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya terkadang sulit menahan perasaan untuk membeli sesuatu*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya bisa menjadi sangat bersemangat jika melihat sesuatu yang menarik dan ingin saya beli*

Sangat Setuju
Setuju

Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Apabila melihat barang bagus dan menarik yang saya suka ditoko,
terkadang saya segera ingin membelinya*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya merasa kurang dapat mengontrol perasaan saya saat membeli
barang*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya sering merasa kesulitan untuk melewatkan barang diskon*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya langsung membeli barang yang saya suka*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya kadang membeli barang karena saya menyukainya, bukan karena
saya membutuhkan*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya selalu berhati-hati dalam memutuskan membeli barang*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya membeli barang sesuai perencanaan yang saya buat*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Dalam berbelanja saya akan fokus pada barang yang saya butuhkan*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya membeli barang dengan pertimbangan yang matang*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya hanya akan membeli barang yang sesuai dengan kebutuhan meski ada penawaran diskon*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya hanya akan berbelanja sesuai daftar perencanaan yang sudah dibuat*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya membeli barang sesuai dengan kebutuhan*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya mempertimbangkan barang yang menarik dengan barang yang saya butuhkan*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya hanya akan mengeluarkan uang untuk membeli barang yang sesuai perencanaan saya*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya lebih baik membeli barang yang bermanfaat dari pada membeli barang yang menarik*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saat merasa baik-baik saja ketika tidak jadi membeli barang yang saya sukai*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya merasa biasa saja saat tidak membeli barang yang sedang ngetrend saat ini*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya lebih senang menabung dari pada membeli barang yang kurang bermanfaat*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya bukan tipe yang mudah jatuh cinta pada pandangan pertama dengan hal-hal yang saya lihat ditoko*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya tidak merasa kecewa saat tidak membeli barang yang menurut saya menarik*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya sering melihat barang yang menarik ditoko tanpa ada dorongan untuk membelinya*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya mampu mengontrol perasaan saya saat melihat barang yang menarik ditoko*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya jarang berbelanja walaupun sedang ada potongan harga*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya dapat menahan keinginan saya untuk membeli barang yang disukai*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya kurang tertarik membeli barang yang memang tidak saya butuhkan*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

[Back](#)

[Next](#)

Clear form

Skala B

Saya mampu berbicara didepan umum*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya mampu berpura-pura didepan orang lain*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya mampu menjadi pencair suasana*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya suka ingin diperhatikan*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya suka melucu*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya suka menilai orang lain*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya berusaha untuk mampu menyenangkan orang lain*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya berusaha untuk tampil sama dengan orang lain*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya lebih suka menutup masalah saya daripada mengumparnya*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya tidak mampu berbicara depan umum*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya kurang luwes depan orang lain*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya tidak bisa berpura-pura depan orang lain*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya tidak suka jadi pusat perhatian*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya kurang suka membawa suasana lucu*

Sangat Setuju

Setuju

Tidak Setuju

Sangat Tidak Setuju

Saya terkadang tidak suka memprediksi orang lain*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya kurang bisa menyenangkan hati oranglain*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya cenderung dingin dan tertutup*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

Saya kurang suka dengan penampilan orang lain*

Sangat Setuju
Setuju
Tidak Setuju
Sangat Tidak Setuju

[Back](#)

[Submit](#)

[Clear form](#)

LAMPIRAN VI
TABULASI PENELITIAN

TABULASI PENELITIAN IMPULSIVE BUYING

	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12	a13	a14	a15	a16	a17	a18	a19	a20
1	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3
2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4
4	2	3	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2
5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4
7	2	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2	2	1	2	3	4	2	3	2
8	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3
9	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	3	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3

14	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	3	2
15	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
17	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
18	4	4	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1	3	2	2	4
19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4
20	3	4	3	4	2	1	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3
21	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3
22	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
24	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
25	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
26	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4
27	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
28	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2

29	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
30	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
31	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3
32	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4
33	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3
34	4	4	4	4	4	4	3	2	3	1	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4
36	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
37	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3
38	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
39	3	3	4	4	3	3	1	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3
40	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
42	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4

44	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
45	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
46	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3
47	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	1	3	3	3	4
48	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
53	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
54	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
56	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
57	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4
58	4	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4

59	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4
60	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3
61	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
62	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4
63	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
64	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
65	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
66	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
68	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
69	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4
70	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4
71	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3
72	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
73	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4

74	2	3	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2
75	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4
77	2	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2	2	1	2	3	4	2	3	2
78	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3
79	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	3	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4
82	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
84	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	3	2
85	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
87	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
88	4	4	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1	3	2	2	4

89	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4
90	3	4	3	4	2	1	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3
91	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3
92	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
94	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
95	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
96	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4
97	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
98	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2
99	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
100	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
101	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3
102	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4
103	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3

104	4	4	4	4	4	4	3	2	3	1	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
105	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4
106	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
107	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3
108	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
109	3	3	4	4	3	3	1	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3
110	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
112	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
113	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4
114	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
115	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
116	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3
117	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	1	3	3	3	4
118	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4

119	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
120	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
121	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3
122	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
123	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
124	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3
125	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
126	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
127	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4
128	4	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4
129	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4
130	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3
131	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
132	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4
133	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4

134	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
135	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
136	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4
137	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
138	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
139	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4
140	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4
141	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3
142	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
143	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4
144	2	3	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2
145	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4
147	2	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2	2	1	2	3	4	2	3	2
148	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3

164	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
165	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
166	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3
167	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
168	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2
169	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4
170	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3
171	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3
172	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4
173	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2
174	4	4	4	4	4	4	3	2	3	1	4	4	3	3	4	3	4	4	4
175	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4
176	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
177	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3
178	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3

179	3	3	4	4	3	3	1	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3
180	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
181	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
182	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
183	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4
184	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
185	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
186	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3
187	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	1	3	3	3	4
188	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
189	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
190	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
191	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3
192	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
193	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2

209	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4
210	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4
211	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3
212	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
213	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4
214	2	3	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2
215	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4
216	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4
217	2	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2	2	1	2	3	4	2	3	2
218	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3
219	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	3	4
220	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
221	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4
222	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
223	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3

224	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	3	2
225	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
226	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
227	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
228	4	4	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1	3	2	2	4
229	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4
230	3	4	3	4	2	1	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3
231	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3
232	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
233	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
234	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
235	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
236	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4
237	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
238	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2

239	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
240	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
241	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3
242	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4
243	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3
244	4	4	4	4	4	4	3	2	3	1	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
245	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4
246	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
247	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3
248	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
249	3	3	4	4	3	3	1	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3
250	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
251	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
252	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
253	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4

254	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
255	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
256	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3
257	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	1	3	3	3	4
258	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
259	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
260	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
261	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3
262	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
263	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
264	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3
265	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
266	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
267	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4
268	4	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4

269	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4
270	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3
271	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
272	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4
273	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
274	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
275	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
276	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4
277	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
278	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
279	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4
280	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4
281	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3
282	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
283	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4

284	2	3	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2
285	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4
286	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4
287	2	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2	2	1	2	3	4	2	3	2
288	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3
289	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	3	4
290	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
291	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4
292	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
293	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
294	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	3	2
295	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
296	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
297	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3
298	4	4	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1	3	2	2	4

299	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4
300	3	4	3	4	2	1	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3
301	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3
302	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
303	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
304	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
305	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
306	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4
307	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
308	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2
309	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4
310	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
311	3	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3
312	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4
313	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3

314	4	4	4	4	4	4	3	2	3	1	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
315	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4
316	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4
317	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3
318	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
319	3	3	4	4	3	3	1	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3
320	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
321	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
322	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
323	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4
324	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
325	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
326	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3
327	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	1	3	3	3	4
328	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4

329	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
330	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
331	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3
332	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
333	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2
334	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3
335	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
336	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
337	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4
338	4	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4
339	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4
340	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3
341	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
342	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4
343	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4

344	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
345	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
346	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4
347	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
348	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4
349	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4
350	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4

	a21	a22	a23	a24	a25	a26	a27	a28	a29	a30	a31	a32	a33	a34	a35	a36	a37	a38	a39	a40	
1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3	3	124
2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	118
3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	141
4	3	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	87
5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	142
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4	4	146
7	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2	2	1	2	3	4	2	3	2	3	97
8	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	132
9	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	3	4	4	134
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	160
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	148
12	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	136
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	126
14	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	3	2	4	98

15	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	94
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	152
17	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	151
18	4	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1	3	2	2	4	4	102
19	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	148
20	4	3	4	2	1	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	103
21	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3	3	124
22	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	115
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	122
24	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	83
25	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	114
26	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	139
27	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	124
28	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	93
29	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	152

45	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	114
46	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3	3	124
47	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	1	3	3	3	4	4	124
48	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	129
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	118
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
51	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	141
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	122
53	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	95
54	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	139
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
56	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
57	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	140
58	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	128
59	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	129

60	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	140
61	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	137
62	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4	3	99
63	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	139
64	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	126
65	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
66	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4	3	99
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
68	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
69	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	124
70	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	142
71	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3	3	124
72	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	118
73	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	141
74	3	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	87

75	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	142
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4	4	146
77	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2	2	1	2	3	4	2	3	2	3	97
78	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	132
79	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	3	4	4	134
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	160
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	148
82	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	136
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	126
84	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	3	2	4	98
85	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	94
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	152
87	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	151
88	4	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1	3	2	2	4	4	102
89	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	148

90	4	3	4	2	1	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	103
91	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3	3	124
92	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	115
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	122
94	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	83
95	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	114
96	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	139
97	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	124
98	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	93
99	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	152
100	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	132
101	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	112
102	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	121
103	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	112
104	4	4	4	4	4	3	2	3	1	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	140

105	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	140
106	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	133
107	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	135
108	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	134
109	3	4	4	3	3	1	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	108
110	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	128
111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	122
112	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	126
113	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	4	126
114	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	129
115	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	114
116	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3	3	124
117	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	1	3	3	3	4	4	124
118	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	129
119	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	118

120	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
121	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	141
122	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	122
123	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	95
124	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	139
125	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
126	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
127	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	140
128	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	128
129	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	129
130	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	140
131	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	137
132	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4	3	99
133	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	139
134	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	126

135	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
136	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4	3	99
137	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
138	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
139	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	124
140	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	142
141	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3	3	124
142	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	118
143	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	141
144	3	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	87
145	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	142
146	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4	4	146
147	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2	2	1	2	3	4	2	3	2	3	97
148	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	132
149	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	3	4	4	134

165	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	114
166	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	139
167	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	124
168	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	93
169	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	152
170	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	132
171	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	112
172	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	121
173	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	112
174	4	4	4	4	4	3	2	3	1	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	140
175	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	140
176	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	133
177	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	135
178	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	134
179	3	4	4	3	3	1	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	108

180	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	128
181	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	122
182	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	126
183	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	4	126
184	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	129
185	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	114
186	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3	3	124
187	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	1	3	3	3	4	4	124
188	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	129
189	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	118
190	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
191	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	141
192	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	122
193	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	95
194	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	139

195	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
196	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
197	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	140
198	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	128
199	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	129
200	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	140
201	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	137
202	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4	3	99
203	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	139
204	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	126
205	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
206	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4	3	99
207	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
208	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
209	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	124

210	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	142
211	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3	3	124
212	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	118
213	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	141
214	3	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	87
215	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	142
216	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4	4	146
217	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2	2	1	2	3	4	2	3	2	3	97
218	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	132
219	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	3	4	4	134
220	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	160
221	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	148
222	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	136
223	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	126
224	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	3	2	4	98

225	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	94
226	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	152
227	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	151
228	4	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1	3	2	2	4	4	102
229	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	148
230	4	3	4	2	1	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	103
231	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3	3	124
232	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	115
233	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	122
234	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	83
235	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	114
236	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	139
237	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	124
238	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	93
239	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	152

255	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	114
256	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3	3	124
257	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	1	3	3	3	4	4	124
258	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	129
259	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	118
260	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
261	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	141
262	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	122
263	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	95
264	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	139
265	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
266	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
267	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	140
268	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	128
269	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	129

270	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	140
271	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	137
272	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4	3	99
273	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	139
274	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	126
275	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
276	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4	3	99
277	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
278	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
279	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	124
280	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	142
281	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3	3	124
282	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	118
283	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	141
284	3	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	87

285	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	142
286	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4	4	4	146
287	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	2	2	1	2	3	4	2	3	2	3	97
288	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	132
289	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	3	3	3	3	4	4	134
290	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	160
291	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	148
292	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	136
293	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	126
294	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	3	2	4	98
295	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	94
296	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	152
297	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	151
298	4	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	1	1	3	2	2	4	4	102
299	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	148

300	4	3	4	2	1	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	4	103
301	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3	3	124
302	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	115
303	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	122
304	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	83
305	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	114
306	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	139
307	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	124
308	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	93
309	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	152
310	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	132
311	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	112
312	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	121
313	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	112
314	4	4	4	4	4	3	2	3	1	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	140

315	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	140
316	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	133
317	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	135
318	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	134
319	3	4	4	3	3	1	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	108
320	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	128
321	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	122
322	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	126
323	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	4	4	126
324	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	129
325	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	114
326	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3	3	124
327	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	1	3	3	3	4	4	124
328	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	129
329	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	118

330	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
331	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	141
332	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	122
333	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	95
334	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	139
335	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
336	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
337	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	140
338	4	3	4	4	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	128
339	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	129
340	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	140
341	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	137
342	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4	3	99
343	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	139
344	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	126

345	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
346	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	1	2	3	4	3	99
347	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	120
348	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	141
349	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	124
350	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	142

14	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	57
15	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	63
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	54
17	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	64
18	4	3	4	1	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	58
19	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	67
20	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	57
21	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	51
22	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	50
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
24	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	54
25	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	63
26	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	58
27	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
28	4	4	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	51

29	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	66
30	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	64
31	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
32	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	4	56
33	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	49
34	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	60
35	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	62
36	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	59
37	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	61
38	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	56
39	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	59
40	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	56
41	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
42	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	56
43	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	58

44	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	61
45	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
46	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	59
47	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	58
48	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	58
49	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	58
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
51	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	64
52	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	60
53	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	62
54	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	60
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
56	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	63
57	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	63
58	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	55

59	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	60
60	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	64
61	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	63
62	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	63
63	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	61
64	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55
65	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	63
66	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	47
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
68	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	63
69	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	60
70	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	64
71	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	51
72	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	56
73	4	3	4	2	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	59

74	3	4	3	3	3	1	3	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	3	54
75	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	63
76	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	66
77	2	3	4	1	3	2	2	3	4	2	4	3	3	3	2	2	1	3	47
78	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	63
79	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	62
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	70
81	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	66
82	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	63
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
84	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	57
85	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	63
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	54
87	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	64
88	4	3	4	1	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	58

89	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	67
90	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	57
91	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	51
92	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	50
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
94	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	54
95	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	63
96	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	58
97	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
98	4	4	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	51
99	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	66
100	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	64
101	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
102	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	4	56
103	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	49

104	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	60
105	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	62
106	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	59
107	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	61
108	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	56
109	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	59
110	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	56
111	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
112	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	56
113	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	58
114	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	61
115	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
116	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	59
117	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	58
118	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	58

119	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	58
120	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
121	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	64
122	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	60
123	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	62
124	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	60
125	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
126	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	63
127	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	63
128	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	55
129	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	60
130	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	64
131	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	63
132	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	63
133	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	61

134	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55
135	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	63
136	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	47
137	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
138	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	63
139	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	60
140	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	64
141	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	51
142	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	56
143	4	3	4	2	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	59
144	3	4	3	3	3	1	3	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	3	54
145	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	63
146	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	66
147	2	3	4	1	3	2	2	3	4	2	4	3	3	3	2	2	1	3	47
148	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	63

179	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	59
180	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	56
181	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
182	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	56
183	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	58
184	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	61
185	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
186	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	59
187	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	58
188	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	58
189	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	58
190	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
191	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	64
192	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	60
193	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	62

224	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	57
225	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	63
226	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	54
227	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	64
228	4	3	4	1	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	58
229	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	67
230	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	57
231	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	51
232	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	50
233	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
234	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	54
235	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	63
236	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	58
237	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
238	4	4	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	51

239	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	66
240	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	64
241	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
242	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	4	56
243	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	49
244	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	60
245	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	62
246	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	59
247	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	61
248	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	56
249	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	59
250	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	56
251	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
252	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	56
253	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	58

254	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	61
255	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
256	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	59
257	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	58
258	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	58
259	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	58
260	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
261	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	64
262	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	60
263	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	62
264	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	60
265	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
266	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	63
267	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	63
268	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	55

269	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	60
270	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	64
271	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	63
272	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	63
273	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	61
274	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55
275	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	63
276	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	47
277	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
278	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	63
279	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	60
280	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	64
281	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	51
282	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	56
283	4	3	4	2	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	59

284	3	4	3	3	3	1	3	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	3	54
285	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	63
286	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	66
287	2	3	4	1	3	2	2	3	4	2	4	3	3	3	2	2	1	3	47
288	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	63
289	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	62
290	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	70
291	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	66
292	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	63
293	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
294	4	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	57
295	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	63
296	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	54
297	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	64
298	4	3	4	1	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	58

299	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	67
300	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	57
301	3	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	51
302	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	50
303	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
304	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	54
305	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	63
306	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	58
307	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	52
308	4	4	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	51
309	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	66
310	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	64
311	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
312	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	4	56
313	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	49

314	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	60
315	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	62
316	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	59
317	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	61
318	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	56
319	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	59
320	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	56
321	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
322	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	56
323	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	58
324	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	61
325	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
326	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	59
327	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	58
328	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	58

329	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	58
330	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
331	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	64
332	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	60
333	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	62
334	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	60
335	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
336	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	63
337	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	63
338	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	55
339	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	60
340	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	64
341	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	63
342	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	63
343	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	61

344	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55
345	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	63
346	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	47
347	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
348	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	63
349	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	60
350	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	64

LAMPIRAN VII
OUTPUT UJI ASUMSI

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
SELF_MONITORING	350	100.0%	0	0.0%	350	100.0%
IMPULSIVE_BUYING	350	100.0%	0	0.0%	350	100.0%

Descriptives

			Statistic	Std. Error
SELF_MONITORING	Mean		58.56	.267
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	58.03	
		Upper Bound	59.08	
	5% Trimmed Mean		58.65	
	Median		59.00	
	Variance		24.889	
	Std. Deviation		4.989	
	Minimum		47	
	Maximum		70	
	Range		23	
	Interquartile Range		9	
	Skewness		-.250	.130
	Kurtosis		-.495	.260
	IMPULSIVE_BUYING	Mean		125.64
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	123.86	
		Upper Bound	127.43	
5% Trimmed Mean			126.12	
Median			126.00	
Variance			287.909	
Std. Deviation			16.968	
Minimum			83	
Maximum			160	
Range			77	

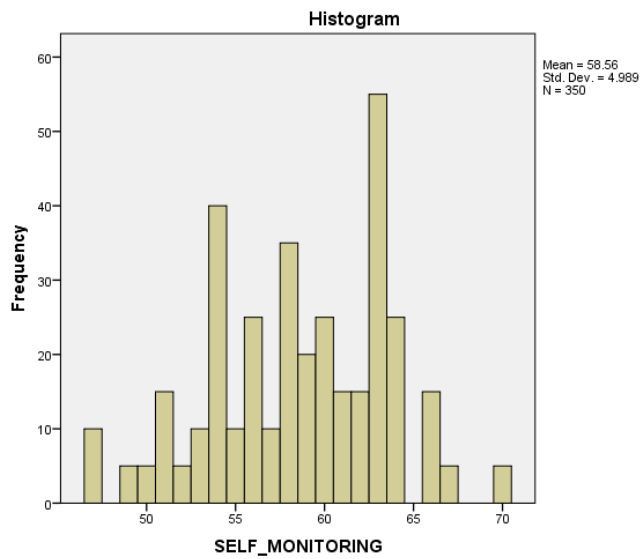
Interquartile Range	22	
Skewness	-.527	.130
Kurtosis	-.247	.260

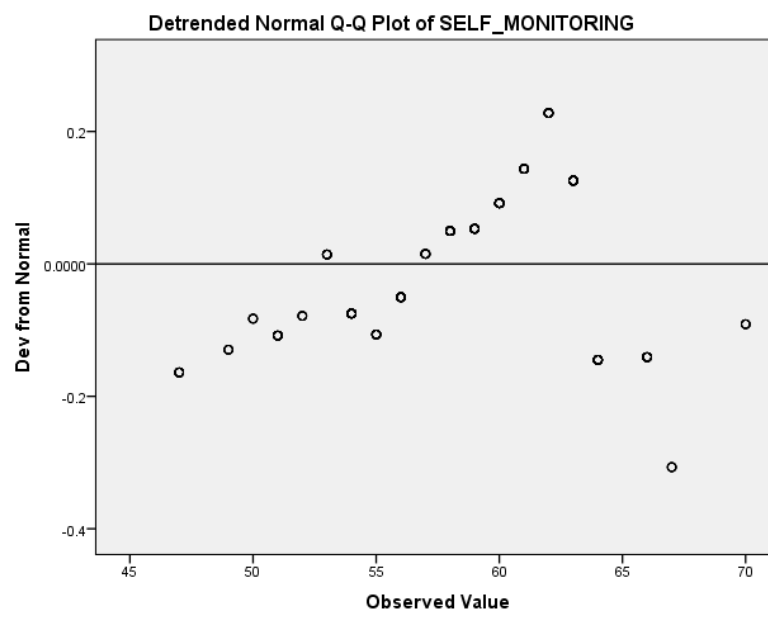
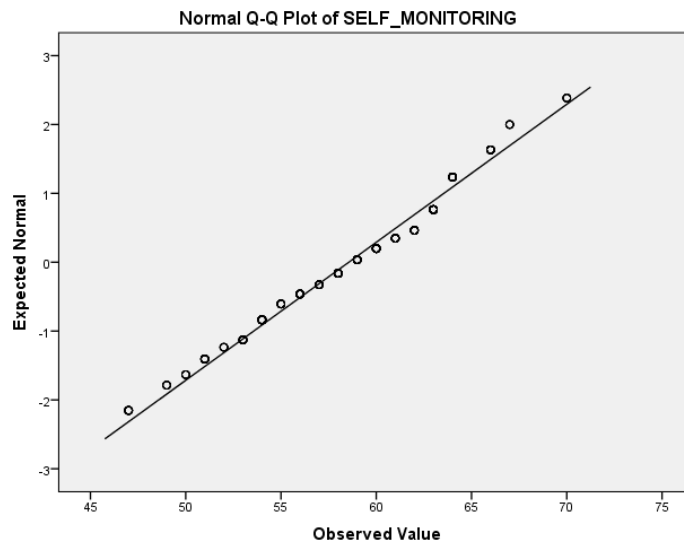
Tests of Normality

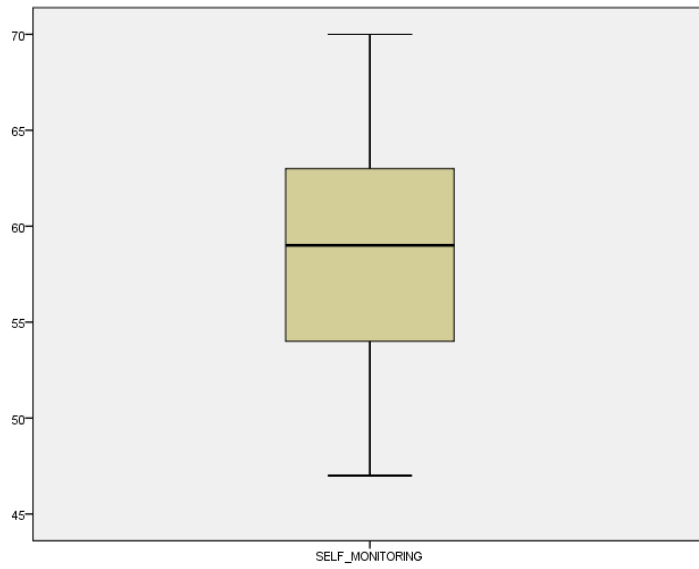
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
SELF_MONITORING	.113	350	.200	.973	350	.000
IMPULSIVE_BUYING	.098	350	.200	.961	350	.000

a. Lilliefors Significance Correction

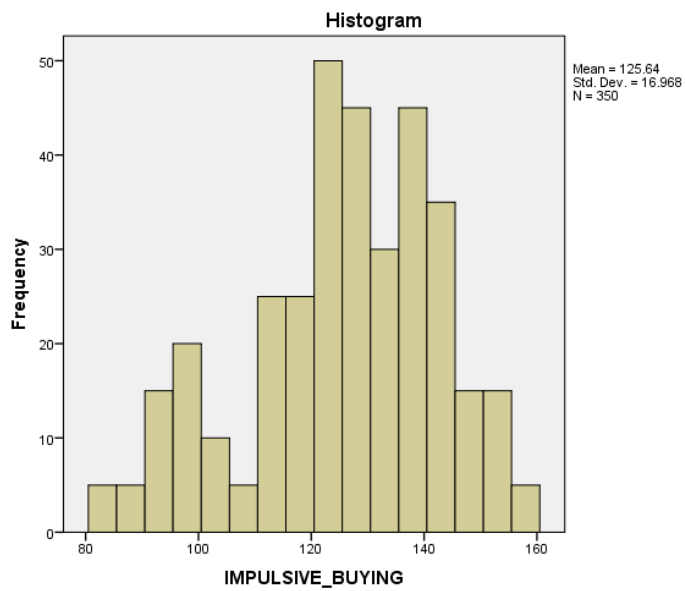
SELF_MONITORING

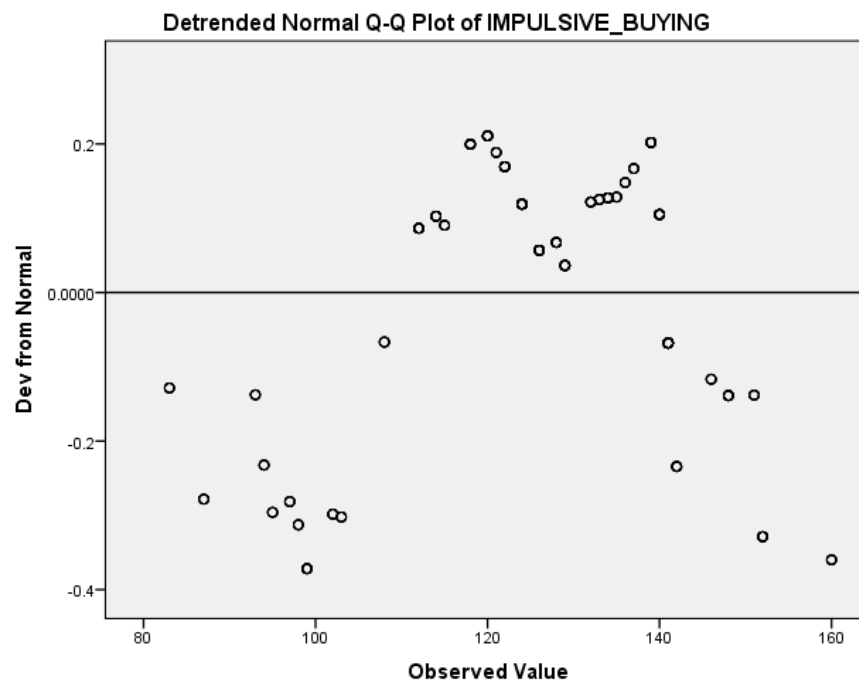
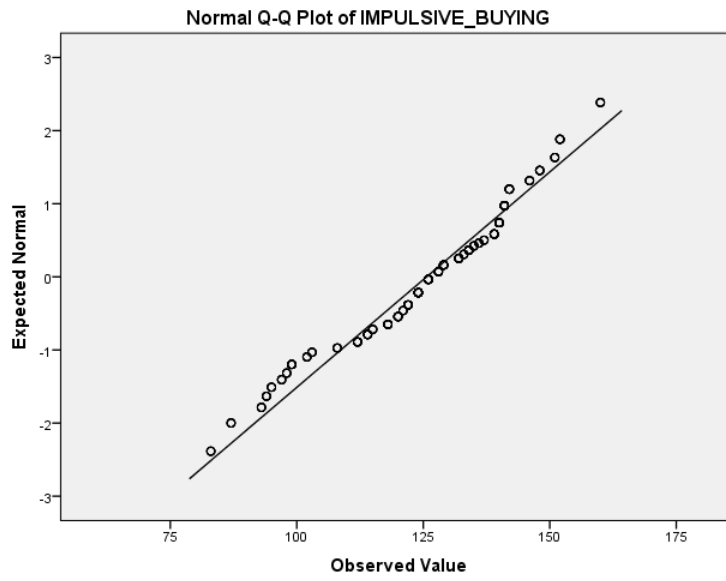






IMPULSIVE_BUYING







ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
IMPULSIVE_BUYING *	Between	(Combined)	47254.604	19	2487.084	15.420	.000
SELF_MONITORING	Groups	Linearity	33425.914	1	33425.914	207.241	.000
		Deviation from Linearity	13828.690	18	768.261	4.763	.000
	Within Groups		53225.753	330	161.290		
	Total		100480.357	349			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
IMPULSIVE_BUYING *				
SELF_MONITORING	.577	.333	.686	.470

LAMPIRAN VIII**UJI HIPOTESIS**

Correlations

		IMPULSIVE_BUYI NG	SELF_MONITORI NG
IMPULSIVE_BUYING	Pearson Correlation	1	.577**
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	350	350
SELF_MONITORING	Pearson Correlation	.577**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	350	350

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