

PENGARUH *LIFESTYLE*, UANG SAKU, DAN *TREND FASHION* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z KOTA PURWOKERTO PADA PRODUK *FASHION*



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof.K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
(S.E)

Oleh:

FADILA KHOERUNNISA
NIM. 214110201043

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fadila Khoerunnisa
NIM : 214110201043
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh *Lifestyle*, Uang Saku, dan *Trend Fashion*
Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Kota
Purwokerto Pada Produk *Fashion*

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 06 Mei 2025



Fadila Khoerunnisa

NIM. 214110201043



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH LIFESTYLE, UANG SAKU, DAN TREND
FASHION TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI
Z KOTA PURWOKERTO PADA PRODUK FASHION**

Yang disusun oleh Saudara **Fadila Khoerunnisa NIM 214110201043** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis, 22 Mei 2025** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.

NIP. 19851112 200912 2 007

Sekretaris Sidang/Penguji

Siti Ma'sumah, S.E., M.Si., CRA., CRP.,
CIAP

NIP. 19830510 202321 2 033

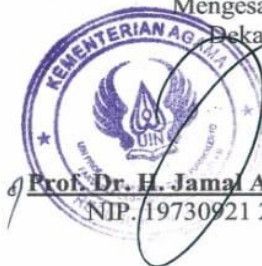
Pembimbing/Penguji

H. Kholilur Rahman, Lc., M.A.
NIDN. 2016068203

Purwokerto, 30 Mei 2025

Mengesahkan

Dekan



Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Saudari Fadila Khoerunnisa NIM. 214110201043 yang berjudul:

**Pengaruh *Lifestyle*, Uang Saku, dan *Trend Fashion* Terhadap
Perilaku Konsumtif Generasi Z Kota Purwokerto Pada Produk *Fashion***

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 05 Mei 2025

Pembimbing,



H. Kholilur Rahman, Lc., M.A.

NIDN. 2016068203

MOTTO

“I am not in competition with anyone but myself. My goal is to improve myself continuously”

Bill Gates

(Saya tidak bersaing dengan siapapun kecuali diri saya sendiri. Tujuan saya adalah meningkatkan diri saya terus menerus)



**PENGARUH *LIFESTYLE*, UANG SAKU, DAN *TREND FASHION*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z
KOTA PURWOKERTO PADA PRODUK *FASHION***

**Fadila Khoerunnisa
NIM.214110201043**

E-mail: khoerunnisafadila@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Perilaku konsumtif semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi, kemudahan dalam mengakses e-commerce, globalisasi informasi melalui media sosial yang nantinya akan mempengaruhi pola konsumsi konsumen. Hal ini terjadi juga di kalangan generasi z yang dikenal memiliki karakteristik sangat responsive terhadap perkembangan trend terutama dalam hal penampilan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *lifestyle*, uang saku, dan trend fashion terhadap perilaku konsumtif generasi z purwokerto pada produk fashion.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel menggunakan *Non-Probability Sampling* yaitu *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah Generasi Z Purwokerto dengan jumlah responden 384 orang. Analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan program software IBM SPSS 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *lifestyle* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, uang saku berpengaruh negative dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, trend fashion berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan secara simultan, *lifestyle*, uang saku, dan trend fashion berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 60%, sedangkan sisanya sebesar 40% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: *Lifestyle*, Uang Saku, Trend Fashion, Perilaku Konsumtif

THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, POCKET MONEY, AND FASHION TRENDS ON THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF GENERATION Z IN PURWOKERTO CITY ON FASHION PRODUCTS

Fadila Khoerunnisa
NIM.214110201043

E-mail: khoerunnisafadila@gmail.com

*Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University (UIN) Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

Consumptive behavior is increasing along with technological developments, ease of access to e-commerce, globalization of information through social media which will later affect consumer consumption patterns. This also happens among generation z who are known to have very responsive characteristics to trends, especially in terms of appearance. The purpose of this study is to determine the effect of lifestyle, pocket money, and fashion trends on the consumer behavior of generation z purwokerto on fashion products.

This research uses quantitative research. The sampling method used Non-Probability Sampling, namely purposive sampling. The sample in this study was Generation Z Purwokerto with 384 respondents. The analysis used was multiple linear regression with the help of IBM SPSS 23 software program.

The results of this study indicate that lifestyle partially has a positive and significant effect on consumptive behavior, pocket money has a negative and significant effect on consumptive behavior, fashion trends have a positive and significant effect on consumptive behavior. Meanwhile, simultaneously, lifestyle, pocket money, and fashion trends affect consumptive behavior by 60%, while the remaining 40% is influenced by other variables.

Keywords: Lifestyle, Pocket Money, Fashion Trends, Consumptive Behavior

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	gain	g	ge
ف	fa	f	ef
ق	qaf	q	ki
ك	kaf	k	Ka
ل	lam	l	El
م	mim	m	Em

ن	nun	n	En
و	wau	w	We
ه	ha	h	Ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya	y	Ye

2. Konsonana Rangkap karena syaddah ditulis lengkap

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

1. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الاولياء	Ditulis	<i>karamah al-auliya</i>
----------------	---------	--------------------------

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakat al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	a
ِ	Kasrah	Ditulis	i
ُ	Dammah	Ditulis	u

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	Ditulis	A
	جاهلية	Ditulis	jāhiliyyah

2.	Fathah + ya' mati	Ditulis	A
	تَنْسِي	Ditulis	tansā
3.	Kasrah + ya' mati	Ditulis	I
	كَرِيم	Ditulis	karīm
4.	Dammah + wawu mati	Ditulis	U
	فُرُوض	Ditulis	furūd

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya" mati	Ditulis	Ai
	بَيْنَكُمْ	Ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قَوْل	Ditulis	Qaul

7. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أَنْتُمْ	Ditulis	a"antum
أَعَدْتُ	Ditulis	u"iddat

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

الْقِيَّاس	Ditulis	al-qiyas
------------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan harus syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya

السَّمَاء	Ditulis	As-sama
-----------	---------	---------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذَوِي الْفُرُوض	Ditulis	Zawi al-furūd
-----------------	---------	---------------

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir atau skripsi yang berjudul “Pengaruh *Lifestyle*, Uang Saku, dan *Trend Fashion* Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Produk *Fashion* (Studi Kasus Pada Wilayah Kota Purwokerto)”. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak, penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik dan lancar. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terimakasih dengan setulus hati kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.M., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Prof. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

9. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Dr. H. Sochimin, Lc., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. H. Kholilur Rahman, Lc., M.A., selaku Dosen Pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih saya ucapkan dengan setulus hati atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan, perlindungan dan kebaikannya dibalas oleh Allah SWT atas kebaikan Bapak.
13. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Terimakasih kepada kedua orang tua tercinta penulis, Bapak Purwondo dan Ibu Sutari. Dua orang yang sangat berjasa di hidup penulis, terimakasih untuk senantiasa memberikan doa yang tidak pernah putus, perhatian, nasihat, motivasi, kasih sayang, dan dukungan materi kepada penulis selama menempuh pendidikan ini.
15. Terimakasih kepada kakak-kakak penulis, Mba Reni dan Mas Arbi, serta seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan doa, semangat, nasihat dan motivasinya selama ini.
16. Terimakasih kepada keluarga besar Ekonomi Syariah E 2021 yang selama ini sudah kebersamai penulis di bangku perkuliahan ini, semoga apapun yang sedang teman-teman perjuangkan bisa dipermudah dalam meraihnya, *see you on top* teman-teman semua.

17. Terimakasih juga penulis sampaikan kepada teman-teman terdekat penulis, Rezany Fahira, Siti Fatimah, Keriana Permata Sabilillah dan Riana Ragil utami, terimakasih selalu ada dalam suka dan duka penulis, terimakasih atas bantuan, nasihat, semangatnya di proses penyusunan skripsi ini.
18. Serta kepada semua pihak yang berkenan menjadi responden dalam penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terimakasih banyak dan semoga kemudahan selalu menyertai teman-teman semua.
19. Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.
20. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri, Fadila Khoerunnisa. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai, terimakasih sudah mampu bertahan hingga saat ini. Terimakasih untuk tetap berjuang di tengah-tengah kebingungan dan berbagai hal yang terjadi dalam proses penyelesaian skripsi ini. Tetaplah menjadi manusia yang mau berusaha dan tidak kenal lelah untuk mencoba. Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, masih jauh dari kesempurnaan, untuk itulah kritik serta saran yang bersifat membangun selalu peneliti harapkan dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Mudah mudahan skripsi ini bisa bermanfaat untuk peneliti dan pembaca. Aamiin

Purwokerto, 30 April 2025



Fadila Khoerunnisa

NIM. 214110201043

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Manfaat Penelitian.....	9
D. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Kajian Pustaka.....	11
B. Kajian Teoritis.....	16
1. Teori Konsumsi Thorstein Veblen (<i>The Theory of the Leisure Class</i>) ..	16
2. Teori Konsumsi Hipotesis Pendapatan Relatif James Duessenberry	17
3. Lifestyle.....	18
4. Uang Saku	21
5. Trend Fashion.....	22
6. Perilaku Konsumtif.....	23

7. Produk Fashion.....	27
C. Landasan Teologis	27
1. <i>Lifestyle</i> dalam Perspektif Islam.....	27
2. Uang Saku dalam Perspektif Islam	28
3. Trend Fashion dalam Perspektif Islam	29
4. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam.....	30
D. Kerangka Berpikir.....	31
E. Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Jenis Penelitian.....	37
B. Tempat dan Waktu Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel Penelitian	37
1. Populasi	37
2. Sampel.....	37
D. Variabel dan Indikator Penelitian.....	38
E. Metode Pengumpulan Data Penelitian.....	40
1. Teknik Pengumpulan Data	40
2. Sumber Data	41
F. Teknik Analisis Data.....	41
1. Metode Suksesif Interval (MSI)	41
2. Uji Instrumen Penelitian.....	42
3. Uji Asumsi Klasik	43
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
5. Uji Hipotesis.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Karakteristik Responden	48
C. Transformasi Data Interval Menggunakan MSI	51
D. Hasil Penelitian	51
1. Uji Instrumen Data	51
2. Uji Asumsi Klasik	54

3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4. Uji Hipotesis.....	59
E. Pembahasan Hasil Penelitian	63
1. Pengaruh Lifestyle terhadap Perilaku Konsumtif.....	63
2. Pengaruh Uang Saku terhadap Perilaku Konsumtif.....	64
3. Pengaruh Trend Fashion terhadap Perilaku Konsumtif	67
4. Pengaruh Lifestyle, Uang Saku, dan Trend Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Secara Simultan	68
BAB V PENUTUP	71
A. KESIMPULAN.....	71
B. SARAN	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN	79
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	166



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra-Survei Perilaku Konsumsi Generasi Z di Wilayah Purwokerto	5
Tabel 1. 2 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Wilayah Purwokerto.....	7
Tabel 2. 1 Kajian Pustaka.....	14
Tabel 3. 1 Variabel Indikator	39
Tabel 3. 2 Skala Likert	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	49
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Fashion yang sering dibeli.....	50
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Bulan.....	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	57
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	58
Tabel 4. 13 Hasil Uji T.....	60
Tabel 4. 14 Hasil Uji F.....	61
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Adjusted (R²)</i>	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Hasil Survey Konsumen Gen Z dan Generasi Milenial PT Global Loyalty Indonesia.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian	32



BAB I

PENDAHULUAN

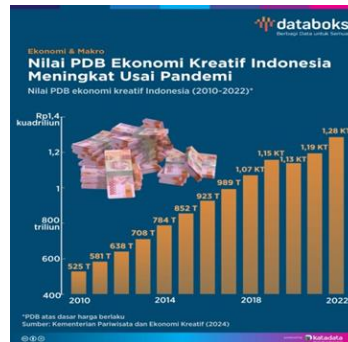
A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang saat ini lebih maju dapat memudahkan masyarakat modern dalam memperoleh informasi dengan cepat. Teknologi tidak terbatas ruang dan waktu, sehingga memungkinkan orang dapat mengakses internet apapun yang mereka inginkan. Pada era digital saat ini beragam informasi dapat diakses melalui berbagai platform sosial media. Seiring dengan adanya perkembangan teknologi internet yang pesat juga dapat merubah perilaku konsumen. Selain itu, banyaknya tempat perbelanjaan, kemudahan mengakses *e-commerce*, dan pengaruh budaya dari luar negeri dapat mendorong perilaku konsumtif masyarakat (Sulasih et al., 2022).

Menurut Polhemus dan Procter (1978) istilah *Fashion* sering kali disinonimkan dengan gaya, dandanan, dan busana. *Fashion* dapat diartikan sebagai suatu segi sosial yang mengandung pesan dan cara hidup individu atau komunitas tertentu yang menjadi bagian dari kultur sosial. Di era modern saat ini, fashion tidak hanya dipandang sebagai kebutuhan primer untuk menutup tubuh, melainkan telah berkembang sebagai simbol status sosial, ekspresi diri, serta gaya hidup seseorang. Melalui perkembangan teknologi saat ini, *Mode fashion* dari luar negeri dapat dengan cepat menyebar ke Indonesia. Perkembangan awal *trend fashion* di Indonesia sangat dipengaruhi oleh budaya Eropa dan Asia, khususnya *fashion korea* yang terjadi akhir-akhir ini.

Semakin banyak era dan mode yang diketahui seperti banyaknya *trend* yang silih berganti memicu individu untuk terus mengikuti *trend* tersebut dan menjadikan acuan dalam berpenampilan. Penyebaran trend ini diperkuat oleh masifnya penggunaan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Youtube yang saat ini menjadi platform utama dalam memperkenalkan trend fashion terbaru. Hal ini menciptakan permintaan akan produk *fashion* semakin tinggi dan mendorong gaya hidup yang lebih konsumtif (Aprianur, 2020).

Gambar1. 1
Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id>

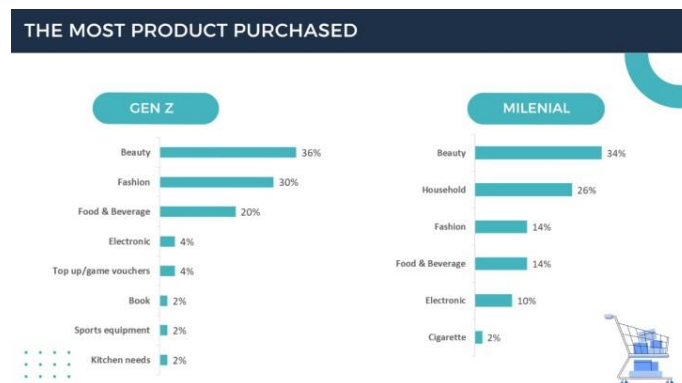
Setelah pandemi Covid-19, produk domestik bruto (PDB) sektor ekonomi kreatif Indonesia terus meningkat, menurut data dari Kemenparekraf. Nilai PDB Ekonomi kreatif atas dasar harga menyumbang 6,54% dari PDB nasional pada tahun 2022, mencapai nilai Rp 1.280 Triliun atau Rp 1,28 Kuadriliun. Meskipun Kemenparekraf belum memberikan data resmi mengenai PDB ekonomi kreatif tahun 2023, Menparekraf Sandiaga Uno mengatakan bahwa tiga subsektor yaitu kuliner, fashion, dan kriya menyumbang 75% terhadap nilai PDB ekonomi pada tahun 2023. Data tersebut menunjukkan bahwa, seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan pengaruh media sosial, ketertarikan masyarakat akan fashion sangat dinamis.

Masyarakat Indonesia terutama Generasi Z sangat responsif terhadap *fashion* terbaru. Generasi Z yang juga disebut *centennials*, merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997-2012, mereka dianggap sebagai penerus Generasi *millennium* atau yang biasa disebut dengan Generasi Millennial (Sekar Arum, 2023).

Sebagai generasi internet, mereka menggunakan berbagai *platform* sosial media untuk mencari berbagai inspirasi *fashion*, gaya, dan referensi pembelian produk dengan cepat dan mudah. Kemudahan tersebut memengaruhi pola pikir dan perilaku mereka dalam hal konsumsi produk fashion. Produk fashion adalah barang yang dibeli oleh individu untuk mendukung penampilannya

dalam kegiatan sehari-hari. Produk fashion ini meliputi pakaian, tas, dompet, sandal, sepatu, topi, dan aksesoris lainnya (Pratiwi et al., 2022).

Gambar1. 2
Hasil Survey Konsumen Gen Z dan Generasi Milenial
PT. Global Loyalty Indonesia



Sumber: <https://gli.id>

Berdasarkan survey yang telah dilakukan oleh PT. Global Loyalty Indonesia terhadap 100 responden Gen Z dan Milenial untuk mengetahui dan melihat perbedaan kebiasaan belanja antara 2 generasi tersebut, hasilnya yaitu kategori produk yang paling banyak dibeli oleh Gen Z adalah produk kecantikan, Fashion, dan makanan ringan. Sedangkan kategori produk yang paling banyak dibeli oleh Generasi Milenial adalah Kecantikan, Rumah Tangga dan Fashion. Fenomena tersebut menjadikan Generasi Z sebagai konsumen dengan daya beli yang kuat pada industri *fashion*.

Salah satu faktor yang mendorong perilaku konsumtif pada Generasi Z adalah *Lifestyle*. Menurut Kotler (2018) *lifestyle* merupakan pola hidup seseorang di dunia yang tercermin pada aktivitas, minat, dan opininya. Saat ini, gaya hidup masyarakat cenderung mengikuti gaya hidup negara maju yaitu gaya hidup hedonis yang membuat masyarakat terutama generasi muda berperilaku konsumtif, salah satunya dalam hal *fashion*. Generasi ini cenderung menjadikan *fashion* sebagai sarana mengekspresikan diri dan identitas mereka di masyarakat. Mereka cenderung membeli produk *fashion*

bukan untuk memenuhi kebutuhan saja, tetapi juga untuk memenuhi tuntutan gaya hidup yang bisa diterima di masyarakat (Paridy, 2024).

Selain *Lifestyle*, uang saku yang diterima oleh Generasi Z menjadi salah satu faktor penting dalam pembentukan perilaku konsumtif. Uang saku merupakan sejumlah uang yang diterima seseorang pada rentang waktu tertentu. Generasi Z pada tahun 2024 sekarang berada di fase bekerja maupun perkuliahan yakni mahasiswa. Ada beberapa orang yang menjalaninya sebagai mahasiswa dan juga pekerja, sehingga mereka memiliki uang saku dari orang tua ataupun dari pendapatan kerja mereka sendiri. Generasi Z tumbuh di era digital sehingga memudahkan mereka dalam mengakses *e-commerce*, yang secara tidak langsung mendorong mereka untuk membeli produk yang dipromosikan oleh iklan ataupun *influencer*. Tekanan sosial untuk mengikuti *trend* atau gaya hidup memunculkan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) sehingga mereka terdorong untuk menggunakan uang saku pada barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan (Praditha et al., 2023).

Selain *Lifestyle* dan Uang Saku, *Trend Fashion* merupakan aspek lain yang tidak kalah penting dalam memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z. Di era digitalisasi sekarang ini, Generasi Z sering kali mengikuti perkembangan *trend* terkini yang dipromosikan oleh *designer*, selebriti, dan *influencer*. Generasi Z yang memilih untuk selalu terlihat *Fashionable* akan terus mengikuti perkembangan *trend fashion* terbaru. Hal ini akan mendorong mereka untuk terus memperbarui penampilan dengan membeli produk *fashion* baru secara berkala. Kemampuan untuk mengikuti *Trend Fashion* seringkali dikaitkan dengan status sosial di kalangan teman sebaya, sehingga mendorong perilaku konsumtif yang lebih tinggi (Sari dan Patrikha, 2021).

Perilaku boros dalam membeli barang hanya karena keinginan sangat bertentangan dengan etika konsumsi islam. Dimana etika konsumsi islam mengajarkan seseorang untuk menghindari pemborosan dan menjaga keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan. Akan tetapi dalam praktiknya, banyak individu yang cenderung terjebak dalam pola konsumsi yang

berlebihan, seperti dalam hal membeli produk *fashion* lebih dari yang mereka perlukan (Yunita et al., 2023).

Fenomena di atas juga didukung dengan hasil pra-survei yaitu dengan penyebaran kuisioner kepada 32 responden Generasi Z di wilayah Purwokerto. Hasilnya terlihat pada Tabel 1.1 bahwa responden sangat tertarik dengan *trend fashion* yang ada di media sosial, menganggap *fashion* sebagai status sosial dan gaya hidup, responden juga memiliki perilaku yang relatif konsumtif dalam mengkonsumsi produk *fashion*, meskipun mereka sudah memiliki skala prioritas dalam melakukan kegiatan konsumsi.

Tabel 1. 1

Hasil Pra-Survei Perilaku Konsumsi Generasi Z di wilayah Purwokerto

No	Pernyataan	Ya		Tidak	
		Σ	%	Σ	%
1.	Saya sering membeli produk <i>fashion</i> meskipun tidak benar-benar membutuhkannya	17	53%	15	47%
2.	Saya membeli produk <i>fashion</i> karena pengaruh <i>trend fashion</i> di media sosial	22	69%	10	31%
3.	Saya menganggap <i>fashion</i> sebagai cara untuk menunjukkan status sosial dan gaya hidup saya	21	66%	11	34%
4.	Saya sering menggunakan sebagian besar uang saku/pendapatan untuk membeli produk <i>fashion</i>	18	56%	14	44%
5.	Saya memiliki skala prioritas dalam kegiatan konsumsi	27	84%	5	16%
Total Responden		32			

Sumber: Data Diolah 2024

Studi sebelumnya yang ditulis oleh Mindari (2020) menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumen ketika pengambilan keputusan pembelian, dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor-faktor yang

mempengaruhi perilaku konsumsi yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Hasil penelitian tersebut menunjukkan secara parsial yang memiliki pengaruh signifikan adalah faktor pribadi dan faktor psikologis. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dari faktor pribadi adalah gaya hidup. Perilaku konsumtif pada produk fashion muncul sebagai akibat kecenderungan Generasi Z sekarang mengikuti gaya hidup yang sesuai dengan lingkungan sosialnya (Mindari, 2020).

Studi yang dilakukan oleh Nasir & Sriyono (2024) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Samhudi & Pardani (2023) yang menunjukkan bahwa *Lifestyle* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Nasir dan Sriyono, 2024).

Selain *Lifestyle*, faktor uang saku juga dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada produk fashion, hal ini karena untuk menghadirkan penampilan yang mereka inginkan akan berujung memperbesar pengeluaran uang individu. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Armelia dan Irianto (2021) menunjukkan bahwa uang saku memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, yang berarti semakin besar uang saku dapat mendorong tingkat perilaku konsumtif yang ditunjukkan. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nurulhimin (2024) yang menemukan bahwa variabel uang saku tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif (Armelia & Irianto, 2021).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Joel (2024) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *trend fashion* terhadap gaya hidup konsumtif. *Trend fashion* menjadi salah satu faktor pemicu perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan karena ketika seseorang terpapar dengan *trend fashion* terbaru, mereka akan tertarik untuk membeli barang-barang yang sesuai dengan *trend* tersebut agar terlihat modis. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Despranda dan Huda (2022) menunjukkan *Trend Fashion* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Joel et al., 2024).

Adanya perbedaan hasil penelitian tentang pengaruh *lifestyle*, uang saku, dan *trend fashion* terhadap perilaku konsumtif yang sudah dipaparkan membuat topik ini menarik untuk diuji secara lebih mendalam. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian ini menganalisis perilaku konsumtif pada lingkup yang lebih khusus yaitu produk *fashion* dan populasinya adalah Generasi Z wilayah Purwokerto, dimana populasi tersebut belum pernah dilakukan penelitian mengenai perilaku konsumtif pada produk *fashion*.

Penelitian ini membatasi variabel hanya pada tiga aspek yaitu, *Lifestyle*, uang saku dan *Trend Fashion*, karena untuk menjaga fokus dan relevansi dengan tujuan penelitian. Pemilihan variabel ini dipilih berdasarkan pada asumsi bahwa ketiganya memiliki hubungan erat dalam memengaruhi perilaku konsumsi individu, khususnya pada Generasi Z. Fenomena hedonisme yang terjadi di kalangan generasi Z dimana hadirnya perkembangan *trend fashion* dan *lifestyle* tidak dapat dihindari. *Lifestyle* hedonis menyebabkan generasi Z lebih konsumtif dengan menghabiskan uang saku yang dimiliki dibandingkan mengatur keuangannya (Busman et al., 2022).

Tabel 1. 2
Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin
Di Wilayah Purwokerto Tahun 2023

Kelompok Umur	Nama Wilayah	Penduduk		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
15-29	Purwokerto Selatan	8.437	8.090	16.527
15-29	Purwokerto Utara	6.039	5.565	11.604
15-29	Purwokerto Timur	6.521	6.026	12.547
15-29	Purwokerto Barat	5.567	5.183	10.750
	JUMLAH	26.564	24.864	51.428

Sumber: Dindukcapil Kabupaten Banyumas Tahun 2023

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa wilayah Purwokerto memiliki populasi Generasi Z yang besar. Kota Purwokerto dikenal dengan

sebutan sebagai kota pelajar, perdagangan dan jasa. Hal ini dikarenakan, sejak tahun 2000-an Purwokerto mulai menjadi tujuan bagi pelajar maupun mahasiswa dari berbagai wilayah di Indonesia untuk menimba ilmu, hal ini turut mendorong peningkatan ekonomi masyarakat. Purwokerto dapat menjadi salah satu pasar potensial bagi pelaku industri fashion untuk menarik konsumen dari kalangan Generasi Z yang saat ini memang sedang gencar-gencarnya mengikuti berbagai macam *trend fashion* (Kaspi et al., 2019).

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti mengenai **“Pengaruh *Lifestyle*, Uang Saku, dan *Trend Fashion* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z Kota Purwokerto Pada Produk *Fashion*”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah disebutkan, terdapat beberapa masalah yang dapat diidentifikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Lifestyle* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada produk *fashion*?
2. Apakah terdapat pengaruh Uang Saku terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada produk *fashion*?
3. Apakah terdapat pengaruh *Trend Fashion* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada produk *fashion*?
4. Apakah terdapat pengaruh *Lifestyle*, Uang Saku, dan *Trend Fashion* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada produk *fashion*?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penulisan penelitian ini:

- a. Untuk mengetahui adanya pengaruh *Lifestyle* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada produk fashion
- b. Untuk mengetahui adanya pengaruh Uang Saku terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada produk fashion

- c. Untuk mengetahui adanya pengaruh Trend Fashion terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada produk fashion
- d. Untuk mengetahui adanya pengaruh *Lifestyle*, Uang Saku dan *Trend Fashion* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada produk fashion

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disebutkan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sarana pengembangan untuk dapat menambah wawasan dan memperkaya keilmuan bagi para pembaca, serta dapat dijadikan bahan referensi yang melakukan kajian serupa dengan penelitian ini.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang bisa diterapkan dalam dunia kerja yang sesuai dengan permasalahan yang ada di penelitian ini. Penelitian ini juga sebagai bentuk dedikasi dari ilmu yang telah diperoleh dari kegiatan perkuliahan.

2) Bagi pembaca

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk menambah pengetahuan serta dapat dijadikan referensi bagi pembaca yang sedang melakukan penelitian serupa, selain itu diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi yang bisa membantu untuk memahami sejauh mana tingkat pengaruh *Lifestyle*, Uang Saku, dan *Trend Fashion* terhadap perilaku konsumtif produk Generasi Z pada produk fashion.

3) Bagi Pelaku Bisnis Fashion

Hasil Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi mengenai preferensi dan perilaku konsumtif generasi Z di Purwokerto. Pelaku bisnis dapat menyusun strategi pemasaran

yang lebih efektif dengan mempertimbangkan faktor lifesyle, besaran uang saku, dan trend fashion yang sedang diminati oleh generasi Z.

4) Bagi Konsumen Generasi Z

Hasil penelitian diharapkan dapat membantu generasi Z di Purwokerto untuk lebih memahami pengaruh gaya hidup, uang saku, dan trend fashion terhadap perilaku konsumtif mereka. Dengan demikian, mereka bisa lebih bijak dalam mengambil keputusan pembelian dan mengelola uang saku yang dimiliki.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk membuat karya ilmiah ini lebih mudah dipelajari dan dipahami, maka penulis membagi pembahasan ke dalam lima bab. Secara umum gambaran sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas mengenai kajian pustaka yang berisikan penelitian terdahulu, kerangka teori, landasan teologis dan rumusan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini membahas mengenai jenis penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel dan indikator penelitian, metode pengumpulan data dan teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas mengenai hasil dan pembahasan yang mencakup analisis data dalam penelitian yang dilakukan penulis.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini membahas mengenai beberapa kesimpulan dan saran terkait penelitian yang telah diteliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Berikut ini merupakan ringkasan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dan mendukung penelitian ini:

Pertama, penelitian yang ditulis oleh Yola Armelia dan Agus Irianto (2021) dengan judul “Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif asosiatif, data primer yang digunakan yaitu angket yang disebar kepada mahasiswa melalui google form. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *proporsional random sampling* dengan analisis data yaitu *path analysis*. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Uang Saku terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, hal ini mencerminkan bahwa semakin tinggi uang saku yang dimiliki mahasiswa maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa dan sebaliknya (Armelia & Irianto, 2021).

Kedua, Penelitian yang ditulis oleh Prili Cholidah Nasir dan Sriyono (2022) dengan judul “Pengaruh Besaran Uang Saku, Gaya Hidup, Literasi Ekonomi dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, populasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni mahasiswa program studi Manajemen S1 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang berjumlah 1.792 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu. Berdasarkan hasil penelitiannya Besaran Uang Saku, Gaya Hidup, Literasi Ekonomi, dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa (Nasir & Sriyono, 2024).

Ketiga, Penelitian yang ditulis oleh Daniel Joel Immanuel Kairupan, Alfario Thimoty Suoth (2024) dengan judul “Hubungan Antara *Trend*

Fashion, Literasi Keuangan, *Locus of Control*, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Desain penelitian yang digunakan adalah *confirmatory riset* dengan tujuan utama untuk menguji pengaruh variabel tren fashion, literasi keuangan, locus of control, gaya hidup, dan perilaku konsumtif. Dari sisi dimensi waktu, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian cross-sectional, yaitu penelitian yang hanya mengambil data melalui penyebaran kuesioner hanya dalam satu saat saja. Populasi penelitian ini adalah semua mahasiswa yang tengah melanjutkan kuliah di DIY. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* Sedangkan kriteria pengambilan sampel yaitu mahasiswa kampus negeri atau swasta dan diutamakan yang sedang kuliah di kota Yogyakarta. Jumlah minimal sampel sebesar 97 responden dengan perhitungan rumus Cohran. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa Variabel *Trend Fashion* berpengaruh positif terhadap gaya hidup konsumtif, sedangkan variabel Literasi Keuangan dan *Locus Of Control* berpengaruh negative dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif (Joel et al., 2024).

Keempat, Penelitian yang ditulis oleh Adha Ratia Mardani, Harini, Jonet Ariyanto Nugroho (2024) dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk *Fashion* Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS Surakarta Angkatan 2021-2023”. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS angkatan 2021-2023 sebesar 380, pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% , besaran sampel yang didapatkan yaitu 195 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini memakai *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS Surakarta angkatan 2021–2023 yang pernah membeli produk fashion melalui online maupun offline minimal 2 kali. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif untuk produk fashion, sedangkan Literasi Ekonomi

memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap perilaku konsumtif untuk produk fashion mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP UNS Surakarta Angkatan 2021-2023 (Mardani et al., 2024).

Kelima, Penelitian yang ditulis oleh Annisa Fitriah, Taufiq Chaidir (2024) dengan judul “*The Effect of Lifestyle, Conformity, and E-Money on Online Shopping Consimptive Behavior in Generation Z in the city of Mataram*”. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z dengan tahun kelahiran 1997-2012 di Kota Mataram. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sampel dalam penelitian ini adalah memiliki aplikasi e-commerce dan melakukan minimal dua kali pembelian secara online. Penentuan jumlah sampel menggunakan *quota sampling* dan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 120 orang dengan masing-masing sampel 20 orang di 6 kecamatan di Kota Mataram. Analisis data yang digunakan adalah analisis model struktural SEM-PLS. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa variabel *Lifestyle, Conformity* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online, sedangkan variabel *E-Money* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif belanja online Generasi Z di kota Mataram (Annisa Fitrah & Taufiq Chaidir, 2024).

Keenam, Penelitian yang ditulis oleh Salsabya Nurulhilmin, Dedi Mulyadi, Santi Pertiwi Hari Sandi (2024) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Cosplayer di Jabodetabek”. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif dengan analisis jalur (*path analysis*), data penelitian menggunakan kuisioner pada para cosplayer berstatus pelajar serta masih menerima uang saku dari orang tua atau wali mereka dan bertempat tinggal di lingkup sekitar Jabodetabek atau setidaknya pernah mengunjungi event cosplay di Jabodetabek. Sampel pada penelitian ini sebanyak 85 orang. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif sedangkan variabel uang saku tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, Hal ini menunjukkan bahwa uang saku

tidak terlalu berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, sehingga cosplayer tidak bergantung pada uang saku dari orang tua atau wali untuk mendukung kegiatan cosplay mereka (Nurulhimin et al., 2024).

Tabel 2. 1

Kajian Pustaka

No	Nama Peneliti dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Yola Armelia, Agus Irianto (2021) “Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa”	Penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, Uang Saku dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.	Variabel Uang Saku, Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif	Objek yang diteliti berbeda. Dalam penelitian ini berfokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang, sedangkan penelitian yang akan saya teliti yaitu berfokus pada Perilaku Konsumtif Generasi Z pada produk fashion di wilayah Purwokerto.
2.	Prili Cholidah Nasir, Sriyono (2022) “Pengaruh Besaran Uang Saku, Gaya Hidup, Literasi Ekonomi dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif	Penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, Besaran Uang Saku, Gaya Hidup, Literasi Ekonomi, dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	Variabel Uang Saku, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumtif	Tidak Terdapat variable Literasi Ekonomi dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua, objek yang diteliti berbeda.

	Mahasiswa”			
3.	Daniel Joel Immanuel Kairupan, Alfario Thimoty Suoth (2024) “Hubungan Antara Trend Fashion, Literasi Keuangan, Locus of Control, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta”	Penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, Variabel Trend Fashion berpengaruh positif terhadap gaya hidup konsumtif, sedangkan variabel Literasi Keuangan dan Locus Of Control berpengaruh negative dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif.	Variabel Trend Fashion, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif	Tidak terdapat Variabel Literasi Keuangan, Locus of Control. Serta objek yang diteliti berbeda
4.	Adha Ratia Mardani, Harini, Jonet Ariyanto Nugroho (2024) “Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk Fashion Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS Surakarta Angkatan 2021-2023”	Penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, Gaya Hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif untuk produk fashion, sedangkan Literasi Ekonomi memiliki pengaruh negative dan signifikan terhadap perilaku konsumtif untuk produk fashion mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP UNS Surakarta Angkatan 2021-2023	Variabel Gaya Hidup (Lifestyle) dan Perilaku Konsumtif	Tidak terdapat variabel Literasi Ekonomi dan objek yang diteliti berbeda
5.	Annisa Fitriah, Taufiq Chaidir (2024) “ <i>The Effect of Lifestyle, Conformity, and E-Money on</i>	Penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, variabel Lifestyle, Conformity memiliki pengaruh yang signifikan terhadap	Variabel <i>Lifestyle</i> , penelitian ini juga membahas tentang perilaku	Tidak Terdapat Variabel Conformity, E-Money dan objek yang diteliti berbeda

	<i>Online Shopping Consimptive Behavior in Generation Z in the city of Mataram</i>	perilaku konsumtif belanja online, sedangkan variabel E-Money tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif belanja online Generasi Z di kota Mataram.	konsumtif Generasi Z	
6.	Salsabyla Nurulhilmin, Dedi Mulyadi, Santi Pertiwi Hari Sandi (2024) “Pengaruh Literasi Keuangan dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif <i>Cosplayer</i> di Jabodetabek”	Penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa, variabel Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif sedangkan variabel uang saku tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif	Variabel Uang Saku dan Perilaku Konsumtif	Tidak terdapat variabel Literasi Keuangan dan objek yang diteliti berbeda

B. Kajian Teoritis

1. Teori Konsumsi Thorstein Veblen (*The Theory of the Leisure Class*)

Konsumtif adalah aktivitas menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa dengan tujuan bukan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi untuk faktor gengsi. Dalam *The Theory of The Leisure Class* yang dikemukakan oleh Thorstein Veblen menjelaskan berbagai aspek terkait dorongan pola perilaku konsumsi masyarakat. Veblen (1899) mengemukakan bahwa “*Conspicuous consumption of valuable goods is a means of reputability to gentlemen of leisure*”. Dalam era penyebaran informasi yang massif dan pasar terus menawarkan berbagai macam produk yang menarik minat dan cita rasa konsumen, waktu luang sering dimanfaatkan untuk aktivitas pleasure, hiburan, dan hedonis seperti berbelanja. Konsumen cenderung memanfaatkan nilai uang lebih besar daripada nilai produksi barang atau

jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Menurut Veblen perilaku ini merupakan tindakan *pleasure* (senang-senang) yang mendorong individu untuk berlomba-lomba membeli barang demi pamer, dan memenuhi gengsi, tanpa mempertimbangkan apakah barang tersebut berguna dalam kehidupan sehari-hari (Deliarnov, 2015).

The Leisure Class ini merupakan kelompok masyarakat yang cenderung menghabiskan uang, waktu, tenaga kerja untuk hal-hal yang menunjukkan gengsi serta status tinggi. Hal ini diwujudkan melalui konsumsi yang mencolok (*conspicuous consumption*). Kondisi seperti itulah yang dinamakan konsumerisme dan masyarakat yang mengutamakan keinginan daripada kebutuhan dikenal sebagai masyarakat konsumsi (*Consumer Society*) (Bakti et al., 2019).

2. Teori Konsumsi Hipotesis Pendapatan Relatif James Duessenberry

Teori konsumsi hipotesis pendapatan relatif dikemukakan oleh James Duessenberry dalam bukunya *Income, Saving and The Theory of Consumer Behavior* (1949). Teori konsumsi Dusenberry mengemukakan bahwa tingkat konsumsi individu dan masyarakat dipengaruhi oleh pendapatan tertinggi yang pernah diraih oleh individu atau masyarakat tersebut. Berdasarkan teori ini, pola konsumsi individu ditentukan oleh dua faktor:

a. Pendapatan tertinggi yang pernah diraihnya

Jika pendapatan mengalami penurunan dalam suatu periode tertentu, konsumen cenderung tidak akan terlalu banyak mengurangi pengeluaran konsumsi. Sebagai gantinya, mereka akan mengurangi tabungannya. Dalam jangka panjang konsumsi berfluktuasi secara proporsional dengan pendapatan, tetapi dalam jangka pendek, konsumsi berfluktuasi dalam proporsi yang lebih kecil dari perubahan pendapatan.

b. Kondisi lingkungan di sekitar tempat tinggal

Selain tingkat pendapatan, keadaan lingkungan disekitar tempat tinggal konsumen juga berpengaruh terhadap pola konsumsi seorang konsumen. Seorang individu akan selalu berusaha untuk hidup seperti tetangganya, sehingga ketika pendapatan menurun, orang tersebut tidak akan mengurangi konsumsinya seperti ketika pendapatannya meningkat, melainkan akan menjaga tingkat konsumsinya tetap dekat dengan tingkat konsumsi tertinggi yang pernah dicapainya (Suparmono, 2018).

3. Lifestyle

a. Definisi *Lifestyle*

Menurut Kotler (2018) *lifestyle* merupakan pola hidup seseorang di dunia yang terlihat melalui aktivitas, minat, dan opininya. Aktivitas mencerminkan bahwa gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas sehari-harinya. Minat menggambarkan keinginan konsumen untuk memiliki barang atau jasa dengan melakukan pembelian yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan dan inginkan. Opini menunjukkan bahwa gaya hidup membentuk pandangan bagi seseorang yang memiliki gaya hidup tersebut dan konsumen dapat mengungkapkan pendapatnya. Lifestyle merupakan bentuk ekspresi individu yang mencerminkan kehidupannya dan memiliki potensi untuk memengaruhi keputusan hidup yang beragam (Ayunissa, 2024). Gaya hidup adalah salah satu indikator dari faktor pribadi yang juga mempengaruhi perilaku konsumen yang mencakup proses pengambilan keputusan (Daryanto dan Setyabudi, 2014).

b. Faktor-faktor pembentuk *Lifestyle*

Terbentuknya *Lifestyle* menurut Suyanto (2013:224) pada masyarakat konsumtif dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut:

- 1) Ketersediaan barang yang banyak dan terus bertambah
- 2) Kecenderungan meningkatnya interaksi manusia yang terjadi akibat keberadaan pasar

- 3) Meningkatnya beragam bentuk aktivitas pembelian, misalnya memesan barang melalui pos dan berbelanja di mall. Di zaman modern ini, teknologi semakin berkembang sehingga memudahkan untuk belanja secara online
- 4) Pusat perbelanjaan dan tempat wisata yang berkembang serta berdirinya kafe-kafe dengan gaya kreatif
- 5) Kemasan produk dan promosi semakin penting dalam penyajian dan penjualan produk
- 6) Iklan-iklan di media televisi dan media masa dilakukan secara terus-menerus untuk ditawarkan pada masyarakat
- 7) Meningkatkan perhatian terhadap gaya, desain dan tampilan produk
- 8) Penggunaan kartu kredit memudahkan individu saat berbelanja
- 9) Ketidakmungkinan menghindari pilihan barang konsumsi dan kepuasan yang mengikuti perubahan diri.

c. Indikator *Lifestyle*

Indikator Lifestyle meliputi *Activities*, *interest*, dan *opinion* (AIO) yang secara rinci dijabarkan sebagai berikut :

1) Kegiatan (*Activities*)

Kegiatan ini berkaitan dengan pernyataan apa yang dilakukan konsumen, barang apa mereka beli atau gunakan, dan kegiatan apa yang mereka lakukan di waktu senggang, serta sebagai aktivitas yang lain. Meskipun jarang dilakukan pengukuran, akan tetapi kegiatan biasanya dapat diamati.

2) Minat (*Interest*)

Minat berkaitan dengan apa yang disukai, digemari, atau dianggap penting dalam kehidupan konsumen. Minat ini juga terkait dengan objek, peristiwa, atau topik tertentu yang secara khusus maupun berkelanjutan mampu menarik perhatian konsumen.

3) Pendapat (*Opinion*)

Opini adalah pandangan dan perasaan yang dimiliki konsumen sebagai respons terhadap suatu masalah. Opini dapat digunakan untuk menggambarkan interpretasi, ekspektasi, dan penilaian seperti kepercayaan mengenai tujuan orang lain, antisipasi terhadap peristiwa yang akan datang dan penimbangan konsekuensi yang mungkin timbul, baik berupa ganjaran atau hukuman dari berbagai pilihan tindakan yang ada (Priansa, 2017).

d. Jenis-jenis *Lifestyle*

Menurut Mowen dan Minor (2002) dalam Paridy (2024) ada 9 jenis gaya hidup sebagai berikut:

- 1) *Funcionalists* adalah orang yang memanfaatkan keuangannya secara bijak sesuai dengan tujuan dan kebutuhan. Mereka mengontrol anggaran rumah tangga, yang mencakup konsumsi sehari-hari, biaya Pendidikan, Kesehatan, perumahan serta menabung untuk Investasi masa depan keluarga.
- 2) *Nurturers* adalah individu yang menggunakan penghasilannya untuk kepentingan pribadi atau keluarga, umumnya ditemukan pada kelompok yang baru memulai pekerjaan serta memiliki penghasilan dari percobaan kerja.
- 3) *Aspires* adalah *lifestyle* yang mencerminkan kemewahan hidupnya, biasanya mereka yang berpenghasilan tinggi, mereka umumnya tinggal di perumahan elit dengan kendaraan mewah, pakaian, tas, dll yang bermerk.
- 4) *Experientials* adalah *lifestyle* yang umumnya diikuti oleh individu yang berpenghasilan menengah ke atas, seperti karyawan yang menggunakan pendapatannya untuk hiburan, serta menekuni hobi yang membutuhkan biaya yang tinggi
- 5) *Succeeders* merupakan sebagian besar orang yang mengadopsi gaya hidup sukses dengan mengeluarkan biaya untuk mencapai kesuksesan, seperti membayar biaya pendidikan tinggi atau berinvestasi dalam usaha atau pekerjaan yang terkait.

- 6) *Moral Majority* yaitu pengeluaran yang dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan aspek moral seperti pendidikan dan agama untuk menyesuaikan kehidupan dengan baik, biasanya dilakukan oleh orang-orang dengan pendapatan yang memadai.
- 7) *The Golden years* mengacu pada kelompok individu yang telah pensiun dan memanfaatkan pendapatan mereka untuk barang padat modal serta menikmati hiburan di masa tua.
- 8) *Sustainer* adalah individu yang telah mencapai puncak karir dan memasuki masa pensiun, menikmati hari tua dengan mengandalkan sisa pendapatan yang dimiliki dan pendapatan mereka umumnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari
- 9) *Subsisters* mengacu pada keluarga yang umumnya memiliki kekayaan melimpah, biasanya kelompok keluarga yang memiliki usaha besar dan diwariskan secara turun temurun (Paridy, 2024).

4. Uang Saku

a. Definisi Uang Saku

Uang Saku yaitu uang yang dibagikan secara teratur dan rutin oleh orang tua untuk memenuhi keberhasilan anaknya dan kelancaran proses pembelajaran. Uang saku adalah pendapatan yang diterima anak, yang digunakan untuk membantu memenuhi kebutuhan dan tingkat sosialnya (Tumangger et al., 2023).

Uang saku adalah uang yang dikeluarkan siswa untuk membeli barang-barang yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhannya seperti makanan, pakaian, dan akomodasi. Mereka menerima tunjangan harian, mingguan, dan bulanan yang digunakan untuk membayar hal-hal penting bagi mereka. Uang saku dapat diperoleh dari orang tua atau keluarga, beasiswa, dan pendapatan dari hasil bekerja atau berwirausaha (Krisdayanti, 2020).

b. Indikator Uang Saku

1) Literasi Keuangan

Literasi Keuangan yaitu kemampuan dan pengetahuan yang membantu individu dalam membuat keputusan yang tepat berdasarkan sumber daya keuangan mereka. Memberikan anak uang saku dapat mengajarkan mereka cara mengelola keuangan secara praktis dan realistis, yang pada waktunya dapat meningkatkan kesadaran akan tanggung jawab keuangan mereka di masa depan.

2) Pendapatan

Pendapatan yaitu nilai ekonomi yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan seseorang. Pelajar atau Mahasiswa memperoleh pendapatan berupa uang saku yang diperoleh dari orang tua, beasiswa, serta bekerja atau berwirausaha (Rismayanti & Oktapiani, 2020).

5. Trend Fashion

a. Definisi *Trend Fashion*

Trend merupakan segala sesuatu yang sedang diperbincangkan, diperhatikan, dikenakan ataupun dimanfaatkan oleh banyak orang pada waktu tertentu (Arif & Chintya, 2024). Menurut Polhemus dan Procter (1978) *fashion* disinonimkan sebagai istilah dari riasan, busana, dan gaya dalam masyarakat (Aprianur, 2020).

Menurut Thomas Carlyle Pakaian dapat menggambarkan jiwa seseorang. Sebagaimana yang melekat sebagai bagian dari perjalanan sejarah manusia dan budaya manusia, pakaian menjadi hal penting di dalam kehidupan. *Fashion* dapat di artikan juga sebagai identitas sosial yang mampu mendefinisikan pesan dan cara hidup individu ataupun kelompok yang merupakan bagian dari budaya sosial. Oleh karena itu, sangat penting bagi manusia untuk memperhatikan pilihan *fashion* yang

mereka kenakan karena gaya berpakaian berkontribusi pada citra diri dan persepsi orang lain di hadapan publik (Kustaji et al., 2023).

Trend Fashion merupakan bentuk penerapan dari busana atau *accessories* yang digunakan sesuai dengan perkembangan zaman. Seiring waktu, *Trend fashion* dapat berubah-ubah dan terus melahirkan model terbaru yang inovatif. Semakin banyak orang yang tertarik pada *trend fashion* maka mereka akan terus mengikuti perkembangan mode terbaru agar terlihat *fashionable*, sehingga mengakibatkan mereka berperilaku konsumtif karena membeli barang diluar kebutuhan rasionalnya dan lebih mementingkan keinginan semata (Arsita dan Sanjaya, 2021).

b. Indikator *Trend Fashion*

Indikator *Trend Fashion* menurut Mendes (2016) :

- 1) Fashion adalah hal yang penting
- 2) Kualitas
- 3) Fashion Menunjukkan karakteristik
- 4) Mengikuti perkembangan zaman
- 5) Iklan
- 6) Status sosial dan Gengsi
- 7) Model (Joel et al., 2024).

6. Perilaku Konsumtif

Secara umum, perilaku konsumen dapat dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan irrasional. Perilaku konsumen yang bersifat rasional ini mengacu pada pertimbangan konsumen dalam membeli barang dan jasa dengan prioritas pada aspek konsumen seperti tingkat kebutuhan mendesak, kebutuhan utama atau primer. Sebaliknya perilaku konsumen yang bersifat irrasional cenderung mudah terpicat oleh penawaran diskon atau promosi lainnya tanpa memperhatikan aspek kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan contoh dari perilaku konsumen yang tidak rasional (Pujiyanto, 2023).

Perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen yang membeli produk tanpa mempertimbangan pada faktor kebutuhan dan tanpa adanya pemikiran yang rasional. Perilaku konsumtif merupakan tindakan menggunakan produk yang belum tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai tetapi sudah beralih ke produk serupa atau merek lainnya. Perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh faktor adanya insentif seperti hadiah, diskon yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak yang menggunakan produk tersebut (Putri dan Syafitri, 2021).

a. Faktor yang memengaruhi perilaku konsumen

Menurut Kotler (2018) dalam Pujiyanto (2023) Faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis memengaruhi perilaku pembelian konsumen, adapun faktor-faktor tersebut antara lain:

1) Faktor Budaya

Budaya memiliki fungsi penting dalam membentuk keinginan dan perilaku paling dasar. Setiap budaya terdiri dari berbagai sub-budaya yang memberikan identitas serta sosialisasi khusus bagi para anggotanya. Sub-budaya ini mencakup aspek kebangsaan, agama, kelompok, ras, hingga lokasi geografis. Selain itu, masyarakat juga secara alami memiliki stratifikasi sosial, salah satu bentuk stratifikasi sosial yang paling umum adalah kelas sosial yang mengacu pada pembagian masyarakat ke dalam kelompok-kelompok yang relative homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan para anggotanya cenderung memiliki nilai, minat, dan perilaku serupa.

2) Faktor Sosial

Faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial. Kelompok referensi yaitu kelompok yang dapat memengaruhi secara sikap dan perilaku seseorang. Kelompok referensi ini terbagi menjadi beberapa jenis, seperti kelompok primer, kelompok sekunder, kelompok aspirasi dan kelompok disosiatif. Keluarga berperan sebagai referensi utama yang sangat

menentukan perilaku konsumen. Peran dan status sosial akan mencerminkan harga diri menurut masyarakat di lingkungan mereka tinggal.

3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi meliputi usia dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, konsep diri, serta nilai dan gaya hidup seseorang. Pola konsumsi seseorang dibentuk oleh tahapan siklus hidup. Dalam perkembangan umur dan kehidupan akan menentukan selera seseorang dalam memilih produk atau jasa yang mereka gunakan. Kelompok pekerja memiliki minat yang berbeda terhadap produk atau jasa. Disini, para pemasar dapat berusaha mengidentifikasi kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa tertentu. Keadaan ekonomi terdiri dari pendapatan yang dapat digunakan, tabungan, harta dan kemampuan untuk meminjam. Gaya hidup seseorang menggambarkan pola hidup yang ditercermin melalui kegiatan, minat, dan opini. Kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang unik yang memngaruhi cara seseorang merespons lingkungannya secara konsisten. Semakin selaras konsep diri dengan merek produk yang digunakan, semakin positif respon kognitif mereka terhadap produk tersebut.

4) Faktor Psikologi

Proses psikologis terdiri dari empat proses yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, dan memori. Proses-proses ini secara mendasar memengaruhi bagaimana konsumen merespons rangsangan pemasaran. Motivasi adalah dorongan yang mendorong seseorang untuk bertindak. Persepsi merupakan proses dimana individu memilih, mengatur, menafsirkan, dan memasukan informasi untuk membentuk pandangan yang bermakna. Penilaian terhadap produk dapat bervariasi berdasarkan persepsi masing-masing individu. Proses pembelajaran melibatkan perolehan pengetahuan dan

pengalaman terkait pembelian dan konsumsi yang akan digunakan di masa depan. Kepercayaan membangun citra produk dan merek, sedangkan sikap akan menciptakan pola perilaku yang relatif konsisten terhadap suatu objek (Pujiyanto, 2023).

b. Indikator perilaku konsumtif

Menurut Sumartono (2002) dalam Bukhari (2022) indikator perilaku konsumtif sebagai berikut:

1) Membeli produk karena tergiur oleh hadiah

Banyak orang merasa terdorong untuk melakukan pembelian ketika mereka melihat insentif berupa hadiah yang ditawarkan bersamaan dengan produk tersebut.

2) Membeli produk karena kemasannya menarik perhatian

Konsumen cenderung tertarik untuk membeli produk yang dikemas dengan rapi dan dihiasi dengan warna-warna yang menawan

3) Membeli produk demi mempertahankan penampilan dan gengsi

Konsumen cenderung memiliki dorongan kuat untuk berbelanja, karena mereka biasanya memiliki preferensi tertentu dalam hal pakaian, berdandan, menata gaya rambut dan sebagainya. Tujuannya adalah agar mereka selalu tampil menarik dan dapat memikat perhatian orang lain.

4) Membeli produk hanya sekedar mempertahankan simbol status

Konsumen yang memiliki daya beli tinggi baik dalam hal pakaian, riasan, gaya rambut, maupun aspek lainnya, cenderung memilih barang yang mewah untuk mendukung citra eksklusif mereka. Tujuannya adalah untuk menciptakan kesan yang mencerminkan kelas sosial yang lebih tinggi.

5) Memakai produk karena memiliki unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh idolanya dengan mengenakan segala sesuatu yang dikenakan oleh sang idola.

- 6) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga yang mahal dapat menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
 Sehingga mendorong konsumen untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang disampaikan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri (Bukhari et al., 2022).

7. Produk Fashion

Produk fashion merupakan barang yang dipakai oleh individu untuk mempercantik penampilannya dalam beraktivitas sehari-hari. Produk fashion mencakup berbagai hal seperti, kostum, pakaian, perlengkapan badan dan mode. Beragam produk fashion yang kerap dibeli oleh konsumen seperti pakaian, tas, dompet, sepatu, sandal, topi, hingga aksesoris lainnya. Produk fashion sekarang ini mengalami kemajuan yang signifikan dalam kehidupan sehari-hari, karena keberadaanya sangat berkaitan dengan trend tertentu yang sedang eksis (Pratiwi et al., 2022).

C. Landasan Teologis

1. *Lifestyle* dalam Perspektif Islam

Lifestyle atau gaya hidup adalah pola tindakan, kebiasaan, dan aktivitas individu dalam memenuhi kebutuhannya baik dalam aspek berpakaian, beraktivitas, berinteraksi, maupun dalam menggunakan waktu luang. Sementara itu, dalam perspektif islam gaya hidup mengadopsi dan mengimplementasikan nilai-nilai islam. Hal ini menunjukkan bahwa setiap tindakan dan kegiatan yang dilakukan oleh seseorang harus berlandaskan pada nilai-nilai dan norma islam. *Lifestyle* dalam islam tidak hanya terbatas pada konsumsi makanan dan minuman yang halal, tetapi juga mencakup semua aspek kehidupan seperti perilaku, kebiasaan, aktivitas, produk yang digunakan, serta pilihan finansial dan sosial. Islam menganjurkan untuk menjalani gaya hidup yang sederhana, tidak berlebih-lebihan (*Israf*) dan membuang-buang (*Tabdzir*) (Rohim & Priyatno, 2021).

Relevansi antara penelitian ini dan ajaran islam mengenai Lifestyle dapat dilihat melalui pendekatan yang berdasarkan pada Q.S Al-Isra ayat 26-27, yang berbunyi:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ٢٦
 إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ ٢٧

Artinya:

26. *“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”.*

27. *“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya” (Q.S. Al-Isra/17:26-27)*

Dalam ayat ini menegaskan bahwa orang yang boros maka tindakannya serupa dengan setan sehingga Allah sangat melarang sifat boros. Kegiatan pemborosan dilarang karena menghamburkan hartanya untuk hal-hal yang tidak bermanfaat. Oleh karena itu, Generasi Z dalam hal konsumsi produk fashion harus mengadopsi gaya hidup yang lebih bijak dan berkelanjutan agar terhindar dari perilaku boros dan berlebihan yang bertentangan dengan nilai-nilai islam.

2. Uang Saku dalam Perspektif Islam

Uang saku adalah sejumlah uang yang diberikan oleh orang tua atau wali kepada anak untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari termasuk biaya makan, transportasi, hingga rekreasi atau hiburan. Dalam islam, uang saku dapat dikategorikan sebagai bagian dari nafkah yang menjadi kewajiban orang tua untuk memenuhi segala kebutuhan anak-anaknya. Pemberian uang saku bukan sekedar bentuk pemberian materi melainkan juga bagian dari pendidikan tanggung jawab dalam penggunaan harta yang sesuai dengan syariat islam.

Relevansi antara penelitian ini dan ajaran islam mengenai Uang Saku dapat dilihat melalui pendekatan yang berdasarkan pada Q.S At-Talaq ayat 7, yang berbunyi:

لِيُنْفِقْ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَا آتَاهَا
سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا

Artinya:

“Hendaklah orang yang lapang (rezekinya) memberi nafkah menurut kemampuannya, dan orang yang disempitkan rezekinya, hendaklah memberi nafkah dari apa (harta) yang dianugerahkan Allah kepadanya. Allah tidak membebani kepada seseorang melainkan (sesuai) dengan apa yang dianugerahkan Allah kepadanya. Allah kelak akan menganugerahkan kelapangan atas kesempitan. (Q.S At-Talaq/65:7)

Dalam ayat ini dapat dipahami bahwa dalam pemberian uang saku perlu mempertimbangkan kondisi ekonomi keluarga, tanpa membebani atau memaksakan diri. Pemberian uang saku ini bertujuan sebagai alat pembelajaran bagi anak agar mereka dapat mengatur keuangannya dengan bijak. Generasi Z yang tidak memiliki kemampuan dalam mengelola uang sakunya maka akan berpotensi besar dalam mendorong individu untuk mengikuti gaya hidup hedonis (Saidy & Katman, 2022).

3. Trend Fashion dalam Perspektif Islam

Dalam islam, *fashion* atau gaya berpakaian tidak dilarang selama memenuhi syarat syar'i. Pakaian yang sesuai dengan syariat islam ini dikenal sebagai busana muslim. Tujuan utama dari busana muslim adalah untuk menutup aurat yang seharusnya tidak dilihat oleh yang bukan mahram. Dalam pandangan islam, pakaian yang dikenakan haruslah sederhana dan tidak bermaksud untuk memperindah diri secara berlebihan. Pakaian tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi identitas, kesopanan, dan akhlak (Silaturrohman et al., 2024).

Relevansi antara penelitian ini dan ajaran islam mengenai Trend Fashion dapat dilihat melalui pendekatan yang berdasarkan pada Q.S. Al-A'raf ayat 26, yang berbunyi:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْءَاتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, sungguh Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan bulu (sebagai bahan pakaian untuk menghias diri). (Akan tetapi,) pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu merupakan sebagian tanda-tanda (kekuasaan) Allah agar mereka selalu ingat”. (Q.S.Al-A'raf/7:26)

Dalam Islam, mengikuti *Trend Fashion* bukanlah suatu yang dilarang, asalkan sesuai dengan syariat islam. Bahkan, Islam mendorong umatnya untuk tampil rapid an indah, karena Allah SWT itu indah dan mencintai keindahan. Bagi generasi z muslim, mengikuti trend fashion adalah hal yang wajar, namun penting untuk tetap selektif, bijaksana dan berorientasi pada ketakwaan, bukan hanya mengejar popularitas dan pengakuan sosial ketika ingin mengadopsi suatu *trend fashion*.

4. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk memanfaatkan suatu barang secara berlebihan guna memperoleh kepuasan pribadi. Islam memandang bahwa perilaku konsumtif adalah hal yang sangat dilarang dan tidak dianjurkan. Perilaku konsumtif sama dengan perilaku sombong, riya, dan juga mubazir. Dalam islam, perilaku konsumtif sangat dibenci oleh Allah SWT, karena Allah tidak menyukai orang-orang yang berperilaku menghamburkan sesuatu yang tidak sesuai dengan kebutuhan (Evianah et al., 2024).

Relevansi antara penelitian ini dan ajaran islam mengenai Perilaku Konsumtif dapat dilihat melalui pendekatan yang berdasarkan pada Q.S. Al-A'raf ayat 31, yang berbunyi:

يٰۤاٰدَمُ خُذْوَ زَيْنَتَكَمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan”. (Q.S. Al-A’raf/7:31).

Makna dari ayat ini yaitu Allah SWT memerintahkan manusia agar bersikap adil dalam segala urusan, maka pada ayat ini Allah SWT juga memerintahkan untuk mengenakan pakaian yang baik ketika beribadah, serta makan dan minum secukupnya tanpa berlebih-lebihan.

Selain ayat tersebut, terdapat hadits yang diriwayatkan oleh Sa’ad bin Abi Waqqash yang berbunyi:

إِنَّكَ أَنْ تَذَرَ وَرَثَتَكَ أَغْنِيَاءَ خَيْرٌ مِنْ أَنْ تَذَرَهُمْ عَالَةً يَتَكَفَّفُونَ النَّاسَ

Artinya: Sesungguhnya jika kamu meninggalkan ahli warismu kaya, itu lebih baik daripada kamu meninggalkan mereka dalam keadaan miskin sehingga mereka terpaksa meminta-minta kepada sesama manusia (H.R. Bukhari dan Muslim).

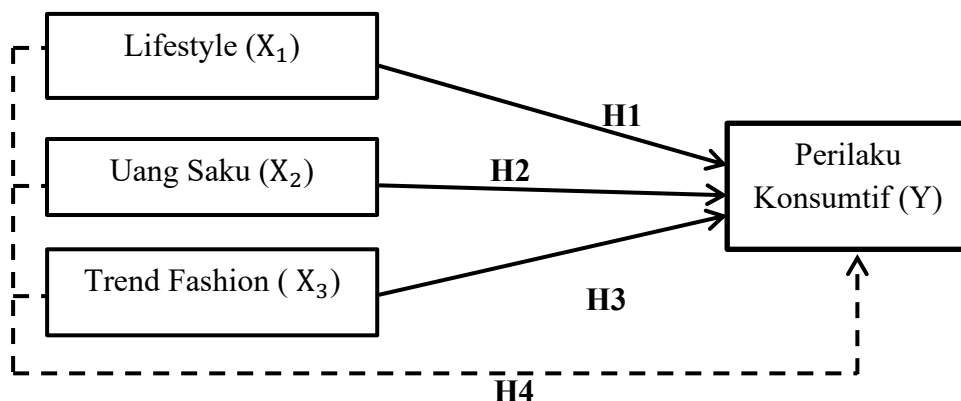
Makna dari hadits tersebut secara tidak langsung mendorong kita untuk berperilaku hemat, menabung sehingga kita bisa meninggalkan bekal yang baik untuk keluarga di masa depan, bukan sekedar membelanjakan semua harta untuk hal-hal yang kurang bermanfaat.

D. Kerangka Berpikir

Menurut Sugiyono (2013), Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan beragam aspek yang sudah diidentifikasi. Kerangka berpikir penelitian ialah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan telaah kepustakaan. Kerangka berpikir memuat teori atau dalil serta konsep-konsep yang menjadi dasar dalam penelitian. Kerangka berpikir ini menjelaskan hubungan dan keterkaitan antar variabel.

Gambar2. 1

Kerangka Pemikiran Penelitian



Dari Gambar di atas, dapat diketahui bahwa variabel dependen adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain, adapun variabel dependen dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif (Y), Sedangkan variabel independen adalah variabel yang memengaruhi variabel lain, pada penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu Lifestyle (X₁), Uang Saku (X₂), dan Trend Fashion (X₃).

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah perkiraan jawaban sementara yang diajukan untuk menjawab tujuan penelitian, berdasarkan kerangka pemikiran yang telah ditetapkan. Hipotesis berupa pernyataan yang menjelaskan mengenai hubungan antara dua atau lebih variabel (Sujarweni, 2019).

1) Pengaruh *Lifestyle* Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Produk *Fashion*

Lifestyle menurut Kotler merupakan pola hidup seseorang di dunia yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opininya. *Lifestyle* secara keseluruhan mengacu pada cara individu mengatur kehidupan mereka, termasuk bagaimana mereka menggunakan waktu mereka untuk melakukan aktivitas (*activities*), memahami nilai-nilai penting di lingkungan mereka (*Relationships*), serta menggambarkan persepsi mereka tentang diri sendiri dan dunia sekitar mereka (*Opinion*) (Susanto et al., 2024).

Generasi Z merupakan kelompok yang sangat terpengaruh oleh kemajuan teknologi, media sosial, serta trend global. Dalam kehidupan sehari-hari, lifestyle mereka dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti gaya hidup digital, keterpaparan influencer media sosial. Dampak dari lifestyle tersebut terlihat pada perilaku konsumtif terutama dalam hal pembelian produk fashion. Fashion tidak hanya menjadi kebutuhan fungsional saja, akan tetapi juga menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas dan status sosial mereka.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Adha, Harini, dan Jonet tahun 2024 dengan judul Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif untuk Produk Fashion Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS Surakarta Angkatan 2021-2023, menyimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa untuk produk fashion mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP UNS Surakarta Angkatan 2021-2023. Dari uraian tersebut dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H_1 : *Lifestyle* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada produk *fashion*.

2) Pengaruh Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Produk *Fashion*

Uang saku merupakan uang yang diterima oleh siswa atau mahasiswa untuk memenuhi keperluan harian. Uang saku dapat diperoleh dari orang tua atau keluarga, Beasiswa, dan uang yang diperoleh dari hasil bekerja baik yang diterima harian, mingguan bahkan bulanan. Uang saku tersebut digunakan untuk belanja keperluan makanan dan minuman, kebutuhan pendidikan, bahkan bisa disimpan untuk tabungan (Armelia dan Irianto, 2021).

Uang saku juga berperan dalam perilaku konsumtif Generasi Z. Kecenderungan individu pada awal bulan melakukan pengeluaran yang banyak sehingga pada saat akhir bulan mereka akan kesulitan dan kekurangan uang untuk memenuhi kebutuhannya. Jumlah uang saku yang

diterima individu di awal bulan menjadikan “lupa diri” dan menganggap bahwasannya uang saku yang dimilikinya banyak dan cukup untuk 1 bulan kedepan. Ketika uang saku yang dimiliki dapat dialokasikan secara normal yang artinya pengeluaran tidak lebih besar dari pemasukan maka perilaku konsumsi tersebut dikatakan normal. Akan tetapi, ketika uang saku yang dimiliki dialokasikan dengan tidak bijak yaitu boros maka perilaku konsumsi individu tersebut dikatakan memiliki perilaku konsumtif.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yola dan Agus pada tahun 2021 dengan judul Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa, menyatakan bahwa Uang Saku memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar uang saku yang diterima semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang ditunjukkan. Dari uraian tersebut dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H₂ : Uang Saku berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada produk *fashion*.

3) Pengaruh *Trend Fashion* Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Produk *Fashion*

Trend Fashion saat ini tidak hanya menciptakan atau mengikuti mode terbaru, akan tetapi juga berperan dalam membentuk identitas dan gaya hidup seseorang. Ketika konsumen mengikuti *trend fashion*, mereka tidak hanya memilih pakaian atau aksesoris saja, tetapi juga menyampaikan pesan tentang siapa mereka dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh mata public (Joel et al., 2024).

Di era digitalisasi sekarang ini, Generasi Z sering kali mengikuti perkembangan mode terkini yang dipromosikan oleh *designer*, selebriti, dan *influencer*. Hal ini mendorong mereka untuk terus memperbarui penampilan mereka dengan membeli produk fashion baru secara berkala. Melihat akan hal itu tentunya akan mempengaruhi gaya hidup Generasi Z tersebut, dimana mereka akan cenderung untuk membentuk perilaku

konsumtif karena sering melakukan kegiatan belanja *fashion* agar bisa mengikuti *trend fashion* terkini. Penelitian sebelumnya oleh Joel dkk pada tahun 2024, dengan judul Hubungan antara Trend Fashion, Literasi Keuangan, *Locus Of Control*, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta menunjukkan bahwa Trend Fashion memiliki pengaruh terhadap gaya hidup konsumtif. Berdasarkan hal tersebut, hipotesis yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

H₃ : *Trend Fashion* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada produk *fashion*

4) Pengaruh *Lifestyle*, Uang Saku, dan *Trend Fashion* Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Produk *Fashion*

Gaya hidup menunjukkan kelas sosial dan cara seseorang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup masyarakat saat ini sudah mengikuti gaya hidup negara maju yaitu gaya hidup hedonis yang mendorong masyarakat terutama generasi muda berperilaku konsumtif, salah satunya dalam hal *fashion*.

Pilihan *Fashion* yang dikenakan seseorang dapat mencerminkan bagaimana individu tersebut menentukan gaya hidup yang dijalannya. Uang saku yang dimiliki seseorang merupakan sebuah tanggung jawab untuk memenuhi segala kebutuhannya, dengan uang saku tersebut mereka memiliki kebebasan finansial untuk membeli produk *fashion* yang mereka inginkan. Maka dari itu, dalam membelanjakan uang saku individu harus bijak dalam mengalokasikannya agar terhindar dari perilaku konsumtif. Melalui perkembangan teknologi saat ini *trend fashion* dari luar negeri dapat dengan cepat menyebar ke seluruh dunia. Hal ini menciptakan permintaan akan produk *fashion* semakin tinggi dan mendorong gaya hidup konsumtif karena konsumen terdorong untuk selalu mengikuti *trend fashion* terkini.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yola dan Agus pada tahun 2021 dengan judul Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dan Penelitian yang dilakukan oleh Joel

dkk pada tahun 2024, dengan judul Hubungan antara Trend Fashion, Literasi Keuangan, *Locus Of Control*, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dari kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel Lifestyle, Uang Saku dan Trend Fashion berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dari uraian tersebut dapat diambil hipotesis sebagai berikut:

H_4 : *Lifestyle*, Uang Saku, dan *Trend Fashion* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada produk *fashion*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:8) penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme, metode ini dipakai untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, dengan data yang dikumpulkan melalui instrument penelitian, analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di wilayah Purwokerto dengan pengambilan data kuisioner diperoleh dari Generasi Z. Waktu pelaksanaan penelitian ini dimulai pada bulan Februari 2025 hingga dengan April 2025.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Definisi populasi Menurut Sugiyono (2013) adalah area generalisasi yang meliputi objek atau subyek yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan disimpulkan. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari seluruh Generasi Z di wilayah Purwokerto yang pernah melakukan pembelian produk *fashion*.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi. Penentuan jumlah sampel dapat menggunakan rumus statistik, sehingga sampel yang dipilih dapat memenuhi standar tingkat kepercayaan yang diterima dan batas toleransi kesalahan yang telah ditetapkan (Yusuf, 2014).

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling* yaitu *Purposive Sampling* dengan kriteria Generasi Z berumur 17-27 tahun, pernah melakukan pembelian produk *fashion* dan

tertarik pada fashion. Karena populasi dalam penelitian ini tidak diketahui maka penentuan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus lemeshow, adapun perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \times p (1-p)}{d^2}$$

Keterangan:

- n = Jumlah Sampel
 z = Skor z pada kepercayaan 95% = 1,96
 p = Maximal Estimasi = 0,5
 d = alpha (0.05) atau *sampling error* = 5%

(Suryani & Hendryadi, 2015)

Berdasarkan rumus Lemeshow tersebut, maka besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{z^2 \times p (1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,05^2} = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,0025} = 384,16$$

Berdasarkan perhitungan rumus tersebut, nilai n yang diperoleh yaitu 384,16. Peneliti memutuskan untuk mengambil sampel sebanyak 384 sampel/responden.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

Pada dasarnya, variabel adalah konsep yang memiliki nilai yang berbeda-beda, sementara *constant* yaitu konsep yang hanya memiliki satu nilai. Adapun variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (Independent Variable) yang digunakan pada penelitian ini yaitu Lifestyle, Uang Saku, dan Trend Fashion
2. Variabel Terikat (Dependent Variable) yang digunakan pada penelitian ini yaitu perilaku konsumtif Generasi Z pada produk fashion

Tabel 3. 1
Variabel Indikator

No	Variabel	Indikator
1.	Lifestyle (X1) (Priansa, 2017)	1. Activities 2. Interest 3. Opinion
2.	Uang Saku (X2) (Rismayanti & Oktapiani, 2020)	1. Literasi Keuangan 2. Pendapatan
3.	Trend Fashion (X3) (Joel et al., 2024)	1. Fashion adalah hal yang penting 2. Kualitas 3. Fashion Menunjukkan karakteristik 4. Mengikuti perkembangan zaman 5. Iklan 6. Status sosial dan Gengsi 7. Model
4.	Perilaku Konsumtif (Y) (Bukhari et al., 2022)	1. Membeli produk karena tergiur hadiah 2. Membeli produk karena kemasannya menarik 3. Membeli produk demi mempertahankan penampilan diri dan gengsi 4. Membeli produk hanya sekedar mempertahankan simbol status 5. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan 6. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

E. Metode Pengumpulan Data Penelitian

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk mendapatkan informasi atau fakta dari lapangan. Menurut Sugiyono (2013) data dapat dikumpulkan melalui berbagai cara seperti wawancara, Kuisisioner (angket), Observasi (pengamatan), dan kombinasi dari ketiganya. Dalam penelitian ini, kuisisioner (Angket) digunakan untuk mengumpulkan data.

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyusun sejumlah pertanyaan atau pernyataan tekstual yang diberikan kepada responden untuk ditanggapi. Kuisisioner dapat berisi pertanyaan atau pernyataan terbuka maupun tertutup. Teknik ini sangat efektif digunakan apabila jumlah responden cukup besar dan tersebar di area yang luas.

Kuisisioner dibuat dalam bentuk Google Forms yang disebar kepada Generasi Z pada wilayah Purwokerto. Kuisisioner menggunakan pertanyaan atau pernyataan tertutup, karena selain memudahkan peneliti dalam menganalisis data, maka juga dapat memudahkan responden dalam memilih jawaban yang telah diberikan oleh peneliti dalam kuisisioner tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan skala pengukuran Likert. Skala likert digunakan secara luas dengan mengharuskan responden untuk menunjukkan tingkat setuju atau tidak setuju terhadap tiap item pernyataan yang berkaitan dengan objek yang dinilai. Skala likert terdiri dari 5 kategori sebagai berikut:

Tabel 3. 2
Skala Likert

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Hermawan dan Amirullah, 2016)

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian yaitu data yang didapatkan melalui kuisioner, *focus group*, dan data hasil dari wawancara peneliti dengan narasumber (Sujarweni, 2019). Data awal dalam penelitian ini akan dikumpulkan melalui pengisian kuisioner (angket) oleh responden Generasi Z di wilayah Purwokerto.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diambil dari berbagai sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, laporan pemerintah dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian (Sujarweni, 2019).

F. Teknik Analisis Data

1. Metode Suksesif Interval (MSI)

Untuk menggunakan analisis regresi linier berganda syarat yang harus dipenuhi adalah data yang digunakan harus berskala interval atau rasio. Jika data dipaksakan menggunakan skala ordinal maka akan menghasilkan koefisien korelasi yang rendah sehingga tidak memenuhi syarat dalam model regresi yaitu *model fit* dan dapat menyebabkan kesalahan dalam melakukan interpretasi hasil. Salah satu cara untuk mengubah data berskala ordinal menjadi data berskala interval adalah dengan menggunakan transformasi MSI. Metode ini bertujuan untuk mengubah data ordinal menjadi data interval dengan cara mengubah proporsi kumulatif setiap peubah pada kategori menjadi nilai kurva normal bakunya (Ningsih dan Dukalang, 2019).

Metode transformasi MSI, dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi observasi untuk setiap kategori
- b. Menghitung proporsi untuk masing-masing kategori
- c. Menghitung proporsi kumulatif untuk setiap kategori berdasarkan proporsi yang telah diperoleh

- d. Menghitung nilai Z (distribusi normal) dari proporsi kumulatif
- e. Menentukan nilai batas Z (nilai probability density function pada absis Z) untuk setiap kategori menggunakan rumus:

$$\delta(Z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{\left(-\frac{Z^2}{2}\right)}, -\infty < Z < +\infty$$

Dengan $\pi = 3.14159$ dan $e = 2.71828$

- f. Menghitung scale value (interval rata-rata) untuk setiap kategori

$$\text{Scale} = \frac{\text{kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah di bawah batas atas} - \text{daerah dibawah batas bawah}}$$

- g. Menghitung skor (nilai hasil transformasi) untuk setiap kategori dengan rumus:

$$\text{score} = \text{scale value} + \left| \text{scale value}_{\min} \right| + 1$$

Pada penelitian ini, proses transformasi data ordinal menjadi data interval dilakukan dengan bantuan program computer yaitu *Microsoft Excel* 2010.

2. Uji Instrumen Penelitian

- a. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas adalah untuk menilai seberapa baik instrument pengukuran dapat mengukur variabel yang dimaksud. Pengujian validitas dilakukan menggunakan teknik corrected item-total correlation, yaitu mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total. Dalam pengujian ini, item pernyataan dianggap tidak valid apabila korelasi r kurang dari nilai r tabel dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, begitu pula sebaliknya (Hermawan dan Amirullah, 2016).

- b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian pada penelitian untuk memastikan bahwa alat pengumpul data yang digunakan menunjukkan tingkat presisi, tingkat akurasi, kestabilan, dan konsistensi dalam mengungkap gejala pada sekelompok individu meskipun dilakukan di waktu yang tidak bersamaan (Hardiyanti, 2019). Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan

nilai *Cronbach's Alpha*. suatu instrument memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh $> 0,60$ (Sudaryana & Agusiady, 2022).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang ideal ditandai dengan nilai residualnya terdistribusi secara normal. Pola sebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized* dapat dilihat sebagai landasan pengambilan keputusan. Model regresi dapat dikatakan normal dan layak digunakan untuk memprediksi variabel independen jika tersebar di sekitar garis diagonal, dan sebaliknya. Pendekatan lain untuk menguji normalitas yaitu dengan metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Asym Sig 2 tailed) $\geq 0,05$, data dianggap berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi (Asym Sig 2 tailed) $\leq 0,05$, data dianggap tidak berdistribusi normal (Mardiatmoko, 2020).

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi ketika terdapat hubungan linier yang sempurna atau mendekati antara variabel-variabel independen. Jika terdapat fungsi linear yang sempurna pada sebagian atau seluruh variabel independen maka model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas. Nilai *Variabel Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance* dapat digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya gejala multikolinearitas. Apabila nilai *VIF* < 10 dan *Tolerance* $> 0,1$ maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas (Mardiatmoko, 2020).

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana varians residual tidak seragam di seluruh pengamatan dalam model regresi. Pengujian Heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan ada atau tidaknya ketidakseragaman varians dalam model regresi. Untuk mengetahuinya dapat dilakukan dengan Uji Glejser, yang dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai *absolute residual*. Residual merupakan selisih antara nilai variabel Y dengan nilai variabel Y yang diprediksi, berbeda dengan absolute yaitu nilai mutlak (nilai positif). Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan *absolute residual* $> 0,05$, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (Mardiatmoko, 2020).

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model analisis ini mengasumsikan bahwa adanya hubungan serta garis lurus atau linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya (Jane, 2012). Teknik analisis ini diproses dengan bantuan *software* SPSS 23 dengan persamaan yaitu:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Dimana:

Y : Perilaku Konsumtif (variabel dependen)

α : Nilai Konstanta

b_1 : Koefisien regresi *lifestyle*

x_1 : *Lifestyle*

b_2 : Koefisien regresi uang saku

x_2 : Uang Saku

b_3 : Koefisien regresi *trend fashion*

x_3 : *Trend Fashion*

e : *error term*

5. Uji Hipotesis

a. Uji t atau Uji Parsial

Uji t dilakukan untuk melihat apakah variabel independen mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi ditetapkan sebesar 5%. Kriteria pengambilan keputusan Uji t atau Uji Parsial ini sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. H_0 adalah pernyataan yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti. Sedangkan, H_a adalah pernyataan yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti. Hal ini memiliki arti bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- 2) Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. H_0 adalah pernyataan yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti. Sedangkan, H_a adalah pernyataan yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti. Hal ini memiliki arti bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel independen (Priyatno, 2010).

b. Uji F atau Uji Simultan

Uji F atau Uji Simultan digunakan untuk menguji pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F ini dilakukan dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Adapun kriteria pengambilan keputusan Uji F atau Uji Simultan yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. H_0 adalah pernyataan yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti. Sedangkan, H_a adalah pernyataan yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti. Ini

menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

- 2) Jika nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. H_0 adalah pernyataan yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti. Sedangkan, H_a adalah pernyataan yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel-variabel yang diteliti. Ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Nugroho dan Haritanto, 2022).

c. Analisis Koefisien Determinasi *Adjusted* (R^2)

Analisis Koefisien Determinasi *Adjusted* (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Adapun nilai koefisien determinasi *Adjusted* (R^2) yaitu antara nol dan satu. Apabila suatu nilai *Adjusted* R^2 sebesar 1 maka variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen. Sedangkan nilai *Adjusted* R^2 yang bernilai nol berarti tidak ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Nugroho dan Haritanto, 2022).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Generasi Z di Kota Purwokerto yang telah mengetahui dan pernah melakukan pembelian pada produk fashion. Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997-2012, mereka adalah kelompok usia yang saat ini berada di fase remaja hingga dewasa awal. Generasi Z juga dikenal sebagai Generasi Net atau Generasi Internet, yaitu generasi yang hidup di era digital. Generasi Z juga disebut sebagai “*The future digital natives*” yang berarti generasi muda yang tumbuh dan berkembang dengan tingkat ketergantungan yang tinggi pada teknologi digital. Generasi Z sangat akrab dengan teknologi, media sosial dan trend global yang sedang berkembang pesat.

Kota Purwokerto dipilih sebagai lokasi penelitian karena kota ini merupakan salah satu pusat pendidikan dan wilayah pertumbuhan di daerah Banyumas. Keberadaan berbagai institusi pendidikan seperti universitas dan sekolah menengah menjadikan Purwokerto menjadi lokasi yang ideal untuk mengamati dinamika gaya hidup, uang saku, serta pengaruh *trend fashion* terhadap perilaku konsumtif khususnya dalam bidang fashion. Selain itu, perkembangan pusat perbelanjaan, kafe modern dan akses internet yang cukup baik menjadikan Purwokerto sebagai daerah yang mendukung perilaku konsumtif, khususnya di kalangan anak muda.

Generasi Z di Purwokerto cenderung memiliki gaya hidup yang dinamis dan terbuka terhadap pengaruh eksternal, terutama melalui platform media sosial. Mereka juga lebih kritis dan selektif dalam memilih berbagai produk fashion dengan mempertimbangkan dari segi aspek gaya, citra diri, serta trend yang sedang berkembang. Mereka sering kali menjadikan konsumsi bukan hanya sebagai pemenuhan kebutuhan, melainkan juga sebagai bentuk aktualisasi diri dan cara membentuk citra di hadapan publik. Adapun produk fashion yang sering dibeli oleh Generasi Z yaitu Pakaian, Tas, Sepatu, Sandal, dan Aksesoris. Pemilihan Generasi Z di Purwokerto sebagai objek penelitian

Didasari oleh pertimbangan bahwa mereka merupakan kelompok konsumen potensial yang dinamis dan memiliki kecenderungan tinggi dalam mengikuti gaya hidup dan *trend fashion* terkini.

B. Karakteristik Responden

Untuk mengetahui gambaran umum atau latar belakang dari sampel penelitian ini, maka pada bab ini akan disampaikan mengenai beberapa gambaran dari responden yang telah dijadikan sebagai sampel penelitian. Penelitian ini dilakukan terhadap 384 responden yang diambil sebagai sampel populasi dari keseluruhan jumlah Generasi Z di wilayah Purwokerto sebanyak 51.479 orang. Selanjutnya, berdasarkan hasil tanggapan responden dari kuisioner yang telah terkumpul, maka karakteristik responden dapat diidentifikasi sebagai berikut:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	101	26%
2.	Perempuan	283	74%
	Total	384	100%

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2025*

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa hasil data dari karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin. Dapat disimpulkan bahwa responden perempuan lebih mendominasi sebanyak 283 responden atau 74% dari total keseluruhan responden.

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Presentase
1.	17 Tahun	5	1%
2.	18 Tahun	2	1%
3.	19 Tahun	10	3%
4.	20 Tahun	59	15%
5.	21 Tahun	122	32%
6.	22 Tahun	93	24%
7.	23 Tahun	29	8%

8.	24 Tahun	15	4%
9.	25 Tahun	33	9%
10.	26 Tahun	8	2%
11.	27 Tahun	8	2%
	Total	384	100%

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2025*

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa hasil data dari karakteristik responden berdasarkan Usia. Dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia 21 Tahun lebih mendominasi sebanyak 122 responden atau 32% dari total keseluruhan responden.

Tabel 4. 3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1.	Pelajar/Mahasiswa	302	79%
2.	Wirausaha	19	5%
3.	Karyawan	56	15%
4.	Lainnya	7	2%
	Total	384	100%

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2025*

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa hasil data dari karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan. Dapat disimpulkan bahwa responden Pelajar/Mahasiswa lebih mendominasi sebanyak 302 responden atau 79% dari total keseluruhan responden.

Tabel 4. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

No.	Domisili	Frekuensi	Presentase
1.	Purwokerto Utara	142	37%
2.	Purwokerto Selatan	99	26%
3.	Purwokerto Barat	98	26%
4.	Purwokerto Timur	45	12%
	Total	384	100%

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2025*

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa hasil data dari karakteristik responden berdasarkan Domisili. Dapat disimpulkan bahwa responden yang

berdomisili di Purwokerto Utara lebih mendominasi sebanyak 142 responden atau 37% dari total keseluruhan responden.

Tabel 4. 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Fashion
yang sering dibeli

No.	Produk Fashion	Jumlah	Presentase
1.	Pakaian	286	74%
2.	Sepatu	39	10%
3.	Sandal	6	2%
4.	Tas	18	5%
5.	Aksesoris	35	9%
	Total	384	100%

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2025*

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa hasil data dari karakteristik responden berdasarkan produk fashion yang sering dibeli. Dapat disimpulkan bahwa responden yang membeli produk fashion jenis pakaian lebih mendominasi sebanyak 286 responden atau 74% dari total keseluruhan responden.

Tabel 4. 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Bulan

No.	Uang Saku	Frekuensi	Presentase
1.	<500.000	83	22%
2.	500.000-1.000.000	157	41%
3.	1.000.000-2.000.000	96	25%
4.	>2.000.000	48	13%
	Total	384	100%

Sumber: *Data Primer yang diolah, 2025*

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa hasil data dari karakteristik responden berdasarkan uang saku perbulan. Dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki uang saku perbulan di rentang Rp 500.000-Rp 1.000.000, lebih mendominasi sebanyak 157 responden atau 41% dari total keseluruhan responden.

C. Transformasi Data Interval Menggunakan MSI

Dalam penelitian ini data yang diperoleh melalui kuisioner menggunakan skala likert merupakan data ordinal yang hanya menunjukkan urutan tetapi belum memiliki jarak yang sama antar kategori. Apabila data dipaksakan menggunakan skala ordinal maka akan menghasilkan koefisien korelasi yang rendah sehingga tidak memenuhi syarat dalam model regresi yaitu model fit dan dapat menyebabkan kesalahan dalam melakukan interpretasi. Oleh karena itu, agar data dapat memenuhi syarat untuk di analisis menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, maka data ordinal perlu dikonversi menjadi data interval. Transformasi data ini dilakukan menggunakan *Method of Successive Interval* (MSI) dengan bantuan program komputer berupa fitur *add-ins statistic* yang ada dalam *Microsoft Excel*.

Hasil Konversi data menggunakan MSI telah disertakan dalam lampiran. Proses ini sangat penting untuk memastikan bahwa data yang akan dianalisis memiliki skala pengukuran yang tepat, sehingga hasil penelitian mengenai Pengaruh *Lifestyle*, Uang Saku, dan *Trend Fashion* Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Produk Fashion lebih valid.

D. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen Data

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk menilai seberapa baik instrument pengukuran dapat mengukur variabel yang dimaksud. Pengujian validitas dilakukan menggunakan teknik *corrected item-total correlation*, yaitu dengan mengkorelasikan skor setiap item dengan skor total. Dalam pengujian ini, item pernyataan dianggap tidak valid jika korelasi r kurang dari nilai tabel dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$, begitu pula sebaliknya (Hermawan dan Amirullah, 2016).

Maka kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka item pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid

- 2) Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka item pernyataan tersebut dapat dinyatakan tidak valid

Nilai r_{tabel} dapat dicari pada tabel statistik signifikansi 0.05. dalam menentukan nilai r_{tabel} dapat menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} r_{tabel} &= n-2 \\ &= 384-2 \\ &= 382 \\ &= 0,100 \end{aligned}$$

Uji Validitas dilakukan melalui bantuan program SPSS 23 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 7

Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Lifestyle (X1)	1	0,734	0,100	Valid
	2	0,613	0,100	Valid
	3	0,745	0,100	Valid
	4	0,758	0,100	Valid
	5	0,692	0,100	Valid
	6	0,625	0,100	Valid
Uang Saku (X2)	1	0,814	0,100	Valid
	2	0,645	0,100	Valid
	3	0,640	0,100	Valid
	4	0,686	0,100	Valid
Trend Fashion (X3)	1	0,672	0,100	Valid
	2	0,469	0,100	Valid
	3	0,644	0,100	Valid
	4	0,690	0,100	Valid
	5	0,677	0,100	Valid

Perilaku Konsumtif (Y)	6	0,676	0,100	Valid
	7	0,532	0,100	Valid
	1	0,747	0,100	Valid
	2	0,744	0,100	Valid
	3	0,692	0,100	Valid
	4	0,797	0,100	Valid
	5	0,807	0,100	Valid
	6	0,756	0,100	Valid

Sumber: *Hasil Olah Data Angket SPSS 23*

Berdasarkan tabel hasil uji validitas di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing item variabel memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Maka, dapat diartikan bahwa variabel Lifestyle (X1), Uang Saku (X2), Trend Fashion (X3) dan Perilaku Konsumtif (Y) dinyatakan valid. Dengan demikian, kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat diikutsertakan kembali pada uji analisis selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian pada penelitian untuk memastikan bahwa alat pengumpul data yang digunakan menunjukkan tingkat presisi, tingkat akurasi, kestabilan, dan konsistensi dalam mengungkap gejala pada sekelompok individu meskipun dilakukan pada waktu yang tidak bersamaan (Hardiyanti, 2019). Uji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*. suatu instrument memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh $> 0,60$ (Sudaryana & Agusiady, 2022).

Tabel 4. 8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Lifestyle (X1)	0,786	Reliabel
Uang Saku (X2)	0,644	Reliabel
Trend fashion (X3)	0,740	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,851	Reliabel

Sumber: *Hasil Olah Data Angket SPSS 23*

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas di atas, dapat diketahui bahwa semua item variabel yakni, variabel Lifestyle (X1), Uang Saku (X2), Trend Fashion (X3), dan Perilaku Konsumtif (Y) dinyatakan reliabel, karena telah memenuhi syarat nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Sehingga seluruh atribut penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat dilanjutkan untuk pengujian hipotesis.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang ideal ditandai dengan nilai residualnya terdistribusi secara normal. Pola sebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized* dapat dilihat sebagai landasan pengambilan keputusan. Model regresi dapat dikatakan normal dan layak digunakan untuk memprediksi variabel independen jika tersebar di sekitar garis diagonal, dan sebaliknya. Pendekatan lain untuk menguji normalitas yaitu dengan metode uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Adapun kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Asym Sig 2 tailed) $\geq 0,05$, data dianggap berdistribusi normal.

- 2) Jika nilai signifikansi (Asym Sig 2 tailed) $\leq 0,05$, data dianggap tidak berdistribusi normal (Mardiatmoko, 2020).

Tabel 4. 9

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		384
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2710.15795342
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.045
	Negative	-.049
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Hasil Olah Data Angket SPSS 23*

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas di atas, dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. sebesar 0,057 yang artinya lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas terjadi ketika terdapat hubungan linier yang sempurna atau mendekati antara variabel-variabel independen. Jika terdapat fungsi linear yang sempurna pada sebagian atau seluruh variabel independen maka model regresi dikatakan mengalami multikolinearitas. Nilai *Variabel Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance* dapat digunakan untuk menentukan ada atau tidaknya gejala multikolinearitas. Apabila nilai $VIF < 10$ dan $Tolerance > 0,1$ maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas (Mardiatmoko, 2020)

Tabel 4. 10
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-897.705	1084.327		-.828	.408		
Lifestyle	.281	.051	.254	5.506	.000	.490	2.041
Uang Saku	-.131	.058	-.075	-2.261	.024	.937	1.067
Trend Fashion	.629	.050	.591	12.706	.000	.483	2.070

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: *Hasil Olah Data Angket SPSS 23*

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas di atas, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai VIF < 10, yakni variabel *Lifestyle* (X1) sebesar 2.041, Uang Saku (X2) sebesar 1.067 dan *Trend Fashion* sebesar 2.070 .

Sedangkan untuk nilai *Tolerance* seluruh variabel menunjukkan nilai tolerance > 0,1. Yakni, variabel *Lifestyle* (X1) sebesar 0,490, Uang Saku (X2) sebesar 0,937, *Trend Fashion* (X3) sebesar 0,483. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel memenuhi syarat nilai VIF < 10 dan Tolerance > 0,1. Sehingga, dapat dinyatakan bahwa model regresi linier berganda ini tidak terjadi gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Heteroskedastisitas dilakukan untuk memastikan ada atau tidaknya ketidakseragaman varians dalam model regresi. Untuk mengetahuinya dapat dilakukan dengan Uji Glejser, yang dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai *absolute residual*. Residual merupakan selisih antara nilai variabel Y dengan nilai variabel Y yang diprediksi, berbeda dengan absolute yaitu nilai mutlak (nilai positif). Jika nilai signifikansi antara variabel

independen dengan *absolute residual* > 0,05, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (Mardiatmoko, 2020).

Tabel 4. 11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3358.956	687.322		4.887	.000
	Lifestyle	-.019	.032	-.042	-.576	.565
	Uang Saku	.011	.037	.015	.289	.772
	Trend Fashion	-.043	.031	-.101	-1.380	.169

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Hasil Olah Data Angket SPSS 23

Berdasarkan tabel uji heteroskedastisitas di atas, menunjukkan bahwa semua variabel memiliki signifikansi > 0,05. Diantaranya yakni *Lifestyle* (X1) memiliki nilai sebesar 0,565, Uang Saku (X2) memiliki nilai sebesar 0,772, *Trend Fashion* (X3) nilai sebesar 0,169. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier berganda ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen. Model analisis ini mengasumsikan bahwa adanya hubungan serta garis lurus atau linier antara variabel dependen dengan masing-masing prediktornya (Jane, 2012). Teknik analisis ini diproses dengan bantuan *software* SPSS 23 dengan persamaan yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + e$$

Tabel 4. 12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-897.705	1084.327		.408
	Lifestyle	.281	.051	.254	.000
	Uang Saku	-.131	.058	-.075	.024
	Trend Fashion	.629	.050	.591	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: *Hasil Olah Data Angket SPSS 23*

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda di atas, maka dapat ditarik persamaan regresi linier berganda antar variabel *Lifestyle* (X1), Uang Saku (X2), *Trend Fashion* (X3) terhadap perilaku konsumtif yakni sebagai berikut:

$$Y = -897,705 + 0,281 x_1 - 0,131x_2 + 0,629x_3 + e$$

Dari persamaan regresi di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta (α) = -897,705

Hasil ini berarti menunjukkan adanya hubungan negative antara variabel independen dan variabel dependen. Jika nilai semua variabel independen seperti *lifestyle* (X1), Uang Saku (X2), *Trend Fashion* (X3) bernilai nol, maka nilai Perilaku Konsumtif (Y) nilainya negative sebesar -897,705.

- b. Koefisien $\beta_1 = 0,281x_1$ (*Lifestyle*)

Artinya, setiap kenaikan 1 satuan pada *Lifestyle* (X1) akan meningkatkan Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,281 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

- c. Koefisien $\beta_2 = -0,131x_2$ (Uang Saku)

Artinya, setiap kenaikan 1 satuan pada Uang Saku (X2) akan menurunkan Perilaku Konsumtif (Y) sebesar - 0,131 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

- d. Koefisien $\beta_3 = 0,629x_3$ (*Trend Fashion*)

Artinya, setiap kenaikan 1 satuan pada Trend Fashion (X3) akan meningkatkan Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,629 satuan dengan asumsi variabel lain bernilai tetap.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk melihat apakah variabel independen mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi ditetapkan sebesar 5%. Kriteria pengambilan keputusan Uji t atau Uji Parsial ini sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini memiliki arti bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen
- 2) Jika nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini memiliki arti bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel independen (Priyatno, 2010).

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= \left(\frac{\alpha}{2} ; n-k-1 \right) \\
 &= \left(\frac{0,05}{2} ; 384-3-1 \right) \\
 &= t(0,025 ; 380) \\
 &= 1,966
 \end{aligned}$$

Untuk menentukan nilai t_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik sebesar 1,966.

Tabel 4. 13

Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-897.705	1084.327		-.828	.408
Lifestyle	.281	.051	.254	5.506	.000
Uang Saku	-.131	.058	-.075	-2.261	.024
Trend Fashion	.629	.050	.591	12.706	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Hasil Olah Data Angket SPSS 23

Berdasarkan tabel hasil uji t di atas, diperoleh data sebagai berikut:

1) Pengaruh *Lifestyle* (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,506 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,966. Hal ini berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hasil nilai t_{hitung} menunjukkan positif yang artinya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen searah. Sedangkan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa *Lifestyle* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan demikian H_1 diterima.

2) Pengaruh Uang Saku (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar -2,261 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,966. Hal ini berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hasil nilai t_{hitung} menunjukkan negatif yang artinya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen berlawanan arah. Sedangkan nilai signifikansinya sebesar $0,024 < 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa Uang Saku secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan demikian H_2 diterima.

3) Pengaruh Trend Fashion (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 12,706 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,966. Hal ini berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$.

Hasil nilai t_{hitung} menunjukkan positif yang artinya hubungan antara variabel independen dan variabel dependen searah. Sedangkan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa Trend Fashion secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan demikian H_3 diterima.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F atau Uji Simultan digunakan untuk menguji pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F ini dilakukan dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Adapun kriteria pengambilan keputusan Uji F atau Uji Simultan yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau signifikansi $\geq 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Ini menunjukkan bahwa variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ atau signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Nugroho dan Haritanto, 2022).

$$Df1 = k-1 = 4-1 = 3$$

$$\begin{aligned} df2 &= n-k \\ &= 384-4 \\ &= 380 \end{aligned}$$

Untuk menentukan nilai F_{tabel} dapat dilihat pada tabel statistik sebesar 2,63.

Tabel 4. 14

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4277464062.989	3	1425821354.330	192.602	.000 ^b
	Residual	2813118198.751	380	7402942.628		
	Total	7090582261.740	383			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Trend Fashion, Uang Saku, Lifestyle

Sumber: Hasil Olah Data Angket SPSS 23

Berdasarkan hasil uji f di atas, menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 192,602 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,63. Dapat diartikan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_4 diterima, yang artinya variabel lifestyle, uang saku, dan trend fashion secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

c. Analisis Koefisien Determinasi *Adjusted* (R^2)

Analisis Koefisien Determinasi *Adjusted* (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Adapun nilai koefisien determinasi *Adjusted* (R^2) yaitu antara nol dan satu. Apabila suatu nilai *Adjusted* R^2 sebesar 1 maka variabel independen berpengaruh sempurna terhadap variabel dependen. Sedangkan nilai *Adjusted* R^2 yang bernilai nol berarti tidak ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen (Nugroho dan Haritanto, 2022).

Tabel 4. 15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.603	.600	2720.835

a. Predictors: (Constant), Trend Fashion, Uang Saku, Lifestyle

Sumber: Hasil Olah Data Angket SPSS 23

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi R^2 di atas, menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,600. Dapat diartikan bahwa *Lifestyle* (X1), Uang Saku (X2) dan *Trend Fashion* (X3) memiliki pengaruh sebesar 60% terhadap Perilaku Konsumtif (Y), sedangkan sisanya sebesar 40% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Seperti Literasi Keuangan, Konformitas, *Locus of Control*, Media Sosial.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Lifestyle terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,506 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,966. Hal ini berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, sedangkan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa Lifestyle secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Purwokerto pada Produk Fashion. Dengan demikian H_1 diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel lifestyle memiliki hasil yang positif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin tinggi gaya hidup generasi z maka akan semakin meningkat pula perilaku konsumtif generasi z pada produk fashion, dan sebaliknya. Jika dikaitkan dengan hasil kuisioner penelitian, Generasi Z Purwokerto senang menghabiskan waktu luangnya untuk sekedar berbelanja atau melihat-lihat produk fashion, selain itu, sebagian Generasi Z Purwokerto menganggap bahwa dengan memiliki produk fashion bermerek akan menunjukkan status sosial yang lebih tinggi dan dengan memakai produk fashion generasi z merasa lebih percaya diri ketika berinteraksi dengan orang lain. Adanya perkembangan produk fashion telah mengubah persepsi konsumen yang menjadikan produk fashion sebagai alat untuk menunjukkan citra diri. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin mewah *Lifestyle* generasi z akan meningkatkan perilaku konsumtif mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Yola Armelia dan Agus Irianto (2021); Prili Cholidah Nasir dan Sriyono (2022); Adha Ratia Mardani, Harini, Jonet Ariyanto Nugroho (2024) yang mengemukakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup (*Lifestyle*) terhadap perilaku konsumtif.

Lifestyle yang cenderung mengikuti trend, budaya populer dan pengaruh dari media sosial membuat Generasi Z Purwokerto terdorong untuk membeli produk fashion bukan karena kebutuhan, melainkan untuk tampil menarik dan mendapatkan pengakuan sosial. Perilaku semacam ini

termasuk tindakan konsumtif, yaitu tindakan membeli atau menggunakan barang secara berlebihan dan tidak berdasarkan kebutuhan mendesak. Dalam perspektif islam, gaya hidup konsumtif sangat dilarang, hal ini tertuang dalam Q.S Al-Isra Ayat 26-27 yang berbunyi:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ٢٦
إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ ٢٧

Artinya:

26. *“Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”.*

27. *“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya” (Q.S. Al-Isra/17:26-27)*

Dalam ayat ini menegaskan bahwa orang yang boros maka tindakannya serupa dengan setan sehingga Allah sangat melarang sifat boros. Gaya hidup konsumtif dalam membeli produk fashion yang dilakukan secara berlebihan tanpa mempertimbangkan aspek kebutuhan, kebermanfaatan sangat bertentangan dengan prinsip konsumsi islam yang menekankan sikap sederhana (zuhud). Oleh karena itu, Generasi Z sebagai bagian dari masyarakat muslim seharusnya menjadikan ayat ini sebagai pedoman dalam menjalankan gaya hidup seimbang agar terhindar dari perilaku boros dan berlebihan yang bertentangan dengan nilai-nilai islam.

2. Pengaruh Uang Saku terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar -2,261 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,966. Hal ini berarti nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, sedangkan nilai signifikansinya sebesar $0,024 < 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa Uang Saku secara parsial berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Purwokerto Pada Produk Fashion. Dengan demikian H_2 diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel uang saku memiliki hasil yang negative dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi uang saku yang diterima oleh generasi z justru kecenderungan konsumtif terhadap produk fashion akan semakin menurun, dan sebaliknya. Hal ini terjadi karena kemampuan pengelolaan keuangan yang tinggi maka rasionalitas perilaku konsumsi juga tinggi, dengan memanfaatkan dan mengelola keuangan secara selektif, perilaku konsumsi akan lebih rasional dan tidak boros. Hasil tersebut didukung oleh jawaban responden yaitu sebanyak 75% responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa mereka memiliki rencana penggunaan uang saku setiap bulannya, sedangkan 9% responden menjawab netral, dan sisanya sebanyak 16% menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju yang mencerminkan bahwa sebagian kecil dari mereka belum memiliki perencanaan dalam penggunaan uang sakunya. Selain itu Generasi Z Purwokerto dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan ketika menggunakan uang saku, hal ini terlihat dari jawaban responden yang menyatakan bahwa mayoritas responden sebanyak 85% menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa mereka mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sementara itu 10% responden menyatakan netral, dan sisanya sebesar 4% responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju yang menunjukkan bahwa sebagian kecil dari mereka belum mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan saat menggunakan uang saku.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yola dan Agus (2021), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa uang saku memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, yang artinya semakin besar uang saku yang diterima maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang ditunjukkan. Perbedaan hasil ini disebabkan oleh faktor seperti perbedaan karakteristik responden, yang mana Generasi Z Purwokerto memiliki pola pikir keuangan yang baik dan rasional dibandingkan dengan mahasiswa

fakultas ekonomi di padang yang cenderung lebih konsumtif karena tekanan sosial atau budaya konsumsi yang berbeda.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini masih sejalan dengan teori konsumsi hipotesis pendapatan relatif yang dikemukakan oleh James Duessenberry, bahwa konsumsi seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh pendapatannya sendiri tetapi juga pendapatan orang lain di sekitarnya. Mereka cenderung akan meniru gaya hidup atau pola konsumsi orang lain di sekitarnya yang dianggap lebih tinggi status sosialnya. Generasi Z yang memiliki uang saku yang besar cenderung mampu mengendalikan diri karena merasa aman secara finansial dan tidak terburu-buru dalam membelanjakan uangnya, sebaliknya uang saku yang terbatas justru dapat memunculkan tekanan psikologis dan sosial untuk tetap mengikuti trend fashion yang berkembang di lingkungan sekitarnya. Hal ini akan membuat mereka lebih berperilaku konsumtif agar setara meskipun secara finansial tidak mampu.

Dalam perspektif islam, kita diajarkan pentingnya merasa cukup dan manajemen diri dalam kondisi cukup baik saat kelapangan dan kesempatan. Hal ini dijelaskan dalam Q.S At-Talag Ayat 7:

لِيُنْفِقْ ذُو سَعَةٍ مِّنْ سَعَتِهِۦ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُۥ فَلْيُفْسِقْ مِّمَّا آتَاهُ اللَّهُ لَا يَكْلِفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَا آتَاهَا
سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا

Artinya:

“Hendaklah orang yang lapang (rezekinya) memberi nafkah menurut kemampuannya, dan orang yang disempitkan rezekinya, hendaklah memberi nafkah dari apa (harta) yang dianugerahkan Allah kepadanya. Allah tidak membebani kepada seseorang melainkan (sesuai) dengan apa yang dianugerahkan Allah kepadanya. Allah kelak akan menganugerahkan kelapangan atas kesempitan. (Q.S At-Talaq/65:7)

Dalam ayat ini dapat dipahami bahwa dalam pemberian uang saku perlu mempertimbangkan kondisi ekonomi keluarga, tanpa membebani atau memaksakan diri. Pemberian uang saku ini bertujuan sebagai alat

pembelajaran bagi anak agar mereka dapat mengatur keuangannya dengan bijak.

3. Pengaruh Trend Fashion terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 13,129 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,966 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka, dapat disimpulkan bahwa Trend Fashion secara parsial berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Produk Fashion. Dengan demikian H_3 diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Trend Fashion memiliki hasil yang positif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin tinggi ketertarikan atau paparan Generasi Z terhadap Trend Fashion maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif generasi z pada produk fashion. Jika dilihat dari hasil kuisioner, Generasi Z Purwokerto menganggap bahwa penampilan fashion menjadi prioritas utama, melalui fashion maka dapat mengekspresikan diri mereka, selain itu mereka merasa perlu untuk memperbarui fashion agar tidak tertinggal oleh trend fashion terbaru. Hal ini sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang memang dikenal sangat responsive terhadap perkembangan trend terutama dalam hal penampilan dan gaya berpakaian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Daniel Joel Immanuel Kairupan dan Alfario Thimoty Suoth (2024) yang mengemukakan bahwa Trend Fashion berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Dalam pandangan islam, pakaian yang dikenakan haruslah sederhana dan tidak bermaksud untuk memperindah diri secara berlebihan. Pakaian tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tubuh, tetapi juga sebagai bentuk ekspresi identitas, kesopanan, dan akhlak. Hal ini dijelaskan dalam Q.S. Al-A'raf ayat 26, yang berbunyi:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِئَاسًا وَلِبَاسُ النَّفَقَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ
اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, sungguh Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan bulu (sebagai bahan

pakaian untuk menghias diri). (Akan tetapi,) pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu merupakan sebagian tanda-tanda (kekuasaan) Allah agar mereka selalu ingat". (Q.S.Al-A'raf/7:26)

Ayat ini menegaskan bahwa fungsi utama pakaian dalam islam adalah sebagai penutup aurat dan memperindah penampilan secara wajar, namun yang paling utama adalah nilai ketakwaan. Ketika Generasi Z Purwokerto sangat dipengaruhi oleh *trend fashion* dan cenderung konsumtif dalam membeli produk fashion terbaru, sering kali mereka lebih mengutamakan gaya daripada fungsi dan kesederhanaan yang diajarkan dalam islam. Perilaku konsumtif ini jika tidak dikendalikan akan mengarah pada pemborosan, sikap berlebihan (*israf*) dan menjauh dari prinsip pakaian sebagai sarana takwa. Oleh karena itu penting bagi Generasi Z Purwokerto untuk tetap mengikuti tren secara bijak dan proporsional dengan menjadikan nilai-nilai spiritual dan kesederhanaan menjadi landasan dalam berpenampilan.

4. Pengaruh Lifestyle, Uang Saku, dan Trend Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Secara Simultan

Berdasarkan hasil uji F atau Uji Simultan, menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 192,602 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,63. Dapat diartikan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_4 diterima, yang artinya variabel lifestyle, uang saku, dan trend fashion secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z Purwokerto Pada Produk Fashion.

Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi produk fashion tidak hanya dipicu oleh satu faktor saja, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi dari beberapa faktor seperti Lifestyle, Uang Saku, dan Trend Fashion. Konsumsi dilakukan bukan semata untuk memenuhi kebutuhan tetapi sebagai bentuk pamer status atau *conspicuous consumption*. Generasi Z yang sangat aktif di media sosial cenderung membeli produk fashion yang sedang tren untuk menunjukkan eksistensi dan meningkatkan citra diri di depan orang lain. Hal ini menjelaskan

bagaimana lifestyle mereka cenderung hedonis dan dapat memicu perilaku konsumtif. Selain itu, konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh pendapatan relative terhadap lingkungannya. Uang saku yang diterima Generasi Z meskipun terbatas tetap dimanfaatkan untuk mengikuti gaya hidup konsumtif agar tidak merasa tertinggal secara sosial. Bahkan keterbatasan uang saku mereka dapat mendorong untuk membeli produk fashion yang murah dan tetap memenuhi kebutuhan tren. Generasi Z sangat responsive terhadap perubahan trend fashion, terutama yang muncul dari media sosial dan selebritis atau influencer, yang menjadikan kelompok ini cepat merespons dan mengadopsi tren terbaru sehingga meningkatkan intensitas konsumsi produk fashion.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu oleh Yola dan Agus pada tahun 2021 dengan judul Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dan Penelitian yang dilakukan oleh Joel dkk pada tahun 2024 dengan judul Hubungan antara Trend Fashion, Literasi Keuangan, *Locus Of Control*, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dari kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel Lifestyle, Uang Saku dan Trend Fashion berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Generasi Z Purwokerto cenderung menjadikan lifestyle sebagai identitas diri, trend fashion sebagai alat agar diterima secara sosial dan uang saku sebagai sumber daya untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Namun, kecenderungan ini sering kali mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan dan tidak terkontrol. Dalam islam konsumsi telah diatur dalam Q.S Al-Isra Ayat 31 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا اِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan”. (Q.S. Al-A’raf/7:31).

Makna dari ayat ini yaitu Allah SWT memerintahkan manusia agar bersikap adil dalam segala urusan, maka pada ayat ini Allah SWT juga memerintahkan untuk mengenakan pakaian yang baik ketika beribadah, serta makan dan minum secukupnya tanpa berlebih-lebihan.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,600. Dapat diartikan bahwa Lifestyle (X1), Uang Saku (X2) dan Trend Fashion (X3) memiliki pengaruh sebesar 60% terhadap Perilaku Konsumtif (Y), sedangkan sisanya sebesar 40% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Seperti Literasi Keuangan, *Peer Pressure*, *Locus of Control*, Media Sosial.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan dipaparkan pada bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil bahwa Lifestyle secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z Purwokerto pada produk fashion. Artinya, semakin tinggi Lifestyle Generasi Z maka akan semakin meningkat pula perilaku konsumtif Generasi Z pada produk fashion, dan sebaliknya. Adanya perkembangan produk fashion telah mengubah persepsi konsumen yang menjadikan produk fashion sebagai alat untuk menunjukkan citra diri. Maka dapat disimpulkan bahwa semakin mewah Lifestyle generasi z akan meningkatkan perilaku konsumtif mereka.
2. Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil bahwa Uang Saku secara parsial berpengaruh negative dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z Purwokerto pada produk fashion. Artinya, semakin tinggi uang saku yang diterima oleh Generasi Z justru kecenderungan melakukan konsumsi secara berlebihan terhadap produk fashion akan semakin menurun, dan sebaliknya. Hal ini terjadi karena kemampuan pengelolaan keuangan yang tinggi maka rasionalitas perilaku konsumsi juga tinggi, dengan memanfaatkan dan mengelola keuangan secara selektif, perilaku konsumsi akan lebih rasional dan tidak boros.
3. Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil bahwa Trend Fashion secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z Purwokerto pada produk fashion. Artinya semakin tinggi ketertarikan atau paparan Generasi Z terhadap Trend Fashion maka akan semakin tinggi pula

perilaku konsumtif generasi z pada produk fashion. Generasi Z Purwokerto menganggap bahwa penampilan fashion menjadi prioritas utama, melalui fashion maka dapat mengekspresikan diri mereka, selain itu mereka merasa perlu untuk memperbarui fashion agar tidak tertinggal oleh trend fashion terbaru.

4. Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda, diperoleh hasil bahwa Lifestyle, Uang Saku, dan Trend Fashion secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z Purwokerto pada produk fashion. Hasil ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi produk fashion tidak hanya dipicu oleh satu faktor saja, melainkan dipengaruhi oleh kombinasi dari beberapa faktor seperti Lifestyle, Uang Saku, dan Trend Fashion.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh lifestyle, uang saku, dan trend fashion terhadap perilaku konsumtif Generasi Z Purwokerto pada produk fashion, maka terdapat beberapa saran-saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, diharapkan dengan adanya beberapa saran ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya agar bisa lebih baik lagi. Adapun saran-saran tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Konsumen Generasi Z di Purwokerto

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar konsumen Generasi Z di Purwokerto bisa lebih bijak dan cerdas dalam mengelola uang saku, selain itu dapat mempertimbangkan kebutuhan dibandingkan keinginan khususnya dalam berbelanja produk fashion. Diharapkan Generasi Z di Purwokerto dapat meningkatkan literasi keuangan pribadi, dengan membuat rencana anggaran uang saku setiap bulannya, mencatat semua pemasukan dan pengeluaran, dan prioritaskan tabungan. Generasi Z juga dapat mengadopsi gaya hidup hemat agar terhindar dari pola perilaku konsumtif.

2. Bagi Pelaku Bisnis Fashion

Pelaku bisnis fashion di Purwokerto disarankan untuk dapat lebih memahami lifestyle dan trend yang sedang diminati oleh Generasi Z. Karakteristik Generasi Z yang memang dikenal sangat responsive terhadap perkembangan trend terutama dalam hal penampilan dan gaya berpakaian, dapat dijadikan pertimbangan dalam menetapkan Generasi Z sebagai target pasar utama. Pelaku bisnis fashion dapat menargetkan segmen Generasi Z yang memiliki uang saku terbatas karena kelompok ini cenderung lebih aktif dalam berbelanja produk fashion sebagai upaya memenuhi kebutuhan tampil modis dan mengikuti tren meskipun dengan keterbatasan dana. Tawarkan produk fashion dengan harga yang terjangkau, kekinian serta visual yang menarik di media sosial. Selain itu, pelaku bisnis dapat menawarkan produk thrift atau secondhand berkualitas sebagai alternatif harga yang lebih terjangkau dan kesan unik atau eksklusif. Hal ini sejalan dengan nilai *sustainable* (keberlanjutan) yang digemari Generasi Z. Pelaku bisnis juga dapat membuat strategi pemasaran yang kreatif dan inovatif seperti memaksimalkan penggunaan media sosial, endorsement, atau dapat berkolaborasi dengan influencer lokal agar dapat menarik minat konsumen.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel penelitian seperti menambahkan faktor sosial media, Literasi Keuangan, *Locus Of Control*, atau *peer pressure* yang juga berpotensi mempengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z. Selain itu metode pengumpulan data dengan wawancara langsung dengan responden dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai motivasi atau faktor-faktor yang mendorong konsumsi fashion di kalangan Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisa Fitrah, & Taufiq Chaidir. (2024). The Effect Of Lifestyle, Conformity, and E-Money on Online Shopping Consumptive Behavior In Generation Z In The City Of Mataram. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 12(05), 6475–6487. <https://doi.org/10.18535/ijssrm/v12i05.em17>
- Aprianur, R. (2020). Hubungan Keterlibatan Fashion Dengan Pembelian Impulsif Produk Fashion Pada Dewasa Awal. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(2), 156. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i2.4895>
- Arif, M., & Chintya, A. (2024). Pengaruh Display Produk dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi : Studi Kasus di Beberapa Butik Kota Medan Pendahuluan. *Jurnal Salman (Sosial Dan Manajemen)*, 5(1), 10. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=JF-AbwoAAAAJ&pagesize=100&citation_for_view=JF-AbwoAAAAJ:bnK-pcrLprsC
- Armelia, Y., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 418. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11509>
- Arsita, N., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelia Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 07.
- Ayunissa, C. A. (2024). Pengaruh Self Control dan Lifestyle Terhadap Financial Management Behaviour Mahasiswa FEBI UIN SAIZU Purwokerto. *JOMI: Jurnal Organisasi Dan Manajemen Indonesia*, 3(1), 67–77.
- Bakti, I. S., Nirzalin, & Alwi. (2019). Pamer Kemewahan: Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblem. *Jurnal Sosiologi USK*, 13(Vol 13, No. 2), 81–98. <https://jurnal.usk.ac.id/JSU/article/view/15925>
- Bukhari, E., Ery Teguh Prasetyo, & Sri Utami Ulfa Rahma. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 18(1), 49–56. <https://doi.org/10.31599/jiam.v18i1.1043>
- Daryanto, & Setyabudi, I. (2014). *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Bintoro (ed.)). Penerbit Gava Media.
- Deliarnov. (2015). *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*. Pt. Raja Grafindo Persada.

- Despranda, F., & Huda, N. (2022). *Pengaruh Trend Fashion, Perubahan Model, Perubahan Teknologi, Perubahan Sosial Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Pembangunan Universitas Bung Hatta*. 1–2.
- Evianah, Mustikorini, D. I., & Marpurdianto, K. (2024). Fenomena Racun Tiktok Pada Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(01). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12766>
- Hardiyanti, T. D. (2019). *Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Kecamatan Medan*. *Doctoral Dissertation Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*.
- Hermawan, S., & Amirullah. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif Dan Kualitatif* (1st ed.). Media Nusa Creative.
- Jane, D. N. A. (2012). Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS. In *Semarang University Press* (Issue April 2012). Semarang University Press.
- Joel, D., Kairupan, I., Suoth, A. T., & Ciputra, U. (2024). *Hubungan Antara Trend Fashion , Literasi Keuangan , Locus Of Control , Gaya Hidup , dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta*. 36(2), 224–243.
- Kaspi, S. R., Sunaryo, D. K., & Sai, S. S. (2019). Analisis Tingkat Perkembangan Wilayah dengan Pemanfaatan Citra Satelit Resolusi Tinggi (Studi Kasus: Kota Purwokerto, Kabupaten Banyumas). *Jurusan Teknik Geodesi, Fakultas Teknologi, Institut Malang, Nasional*, 1(1), 1–12.
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT. INDEKS.
- Krisdayanti, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Uang Saku, Teman Sebaya, Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Minat Menabung Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 79–91. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Kustaji, K., Anitasari, H., Azhari, A., Noor, F., & Agustino, M. R. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Fashion Kekinian di Toko Fandim Jaya Collection. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 9431–9435.
- Mardani, A. R., Nugroho, J. A., & Jurnal, U. N. S. A. (2024). *Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk Fashion Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS Surakarta Angkatan 2021-2023*. 12(3).

- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mindari, E. (2020). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Roti Isi Krim Durian (Jordan Bakery) di Desa Rantau Sialang Kecamatan Sungai Keruh. *Ekonomika*, XI.
- Nasir, P. C., & Sriyono, S. (2024). Pengaruh Besaran Uang Saku, Gaya Hidup, Literasi Ekonomi dan Kondisi Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(2), 13. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i2.67>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nugroho, A. S., & Haritanto, W. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan Statistika*. CV ANDI OFFSET.
- Nurulhimin, S., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Cosplayer di Jabodetabek. *COSTING: Journal of Economic, Business, and Accounting*, 7.
- Paridy, A. (2024). Pengaruh Kebutuhan, Gaya Hidup, Barang Konsumtif Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Pembelia. *Journal of Marketing Management and Innovative Business Review*, Vol 2, No.
- Polhemus, T., & Procter, L. (1978). *Fashion and Anti-Fashion: Anthropology of Clothing and Adornment*. Thames & Hudson.
- Praditha, E., Ismalia, K., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Uang Saku Bulanan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kost (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kost Daerah Sukarama). *Jurnal Ekonomi Regional Unimal*, 5(3), 46. <https://doi.org/10.29103/jeru.v5i3.10489>
- Pratiwi, C., Ratnaningtyas, A., & Adhandayani, A. (2022). Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Ditinjau Dari Motivasi Emosional Konsumen Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 20(2), 35–44. <https://doi.org/10.47007/jpsi.v20i2.281>
- Priansa, D. . (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Gava Media.
- Pujiyanto, R. (2023). *Perilaku Konsumen*. PUSTAKABARUPRESS.

- Putri, R. A., & Syafitri, D. U. (2021). Peran Konformitas Teman Sebaya dan Kenyamanan Pelayanan Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Unissula. *Psikoislamika: Jurnal Psikologi Dan Psikologi Islam*, 18(2), 268–280. <https://doi.org/10.18860/psikoislamika.v18i2.12690>
- Rismayanti, T., & Oktapiani, S. (2020). Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. *Nusantara Journal of Economics*, 02.
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola Konsumsi dalam Implementasi Gaya Hidup Halal. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2), 26–35. <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1302>
- Saidy, E. N., & Katman, M. N. (2022). Pengaruh Religiusitas dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Rasional. *AT TAWAZUN Jurnal Ekonomi Islam*, 2(April), 1–15.
- Samhudi, A. ., & Pardani, S. R. R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pegawai (Studi Kasus Pada Spbu 61.707.01 61.707.01 Banjarbaru). *AL-ULUM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9(2), 103. <https://doi.org/10.31602/alsh.v9i2.12709>
- Sari, I. D., & Patrikha, F. D. (2021). Pengaruh e-gaya hidup, trend fashion, dan customer experience terhadap impulse buying produk fashion konsumen. *Akuntabel*, 18(4), 683–690. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9856>
- Sekar Arum, L., Amira Zahrani, & Duha, N. A. (2023). Karakteristik Generasi Z dan Kesiapannya dalam Menghadapi Bonus Demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Sherwin Ary Busman, Hartini, & A. S. (2022). Peran Pengetahuan Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, Kontrol Diri, Dan Literasi Keuangan Dalam Manajemen Keuangan Pribadi Generasi Z Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal EK&BI*, 5, 2620–7443. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i2.680>
- Silaturrohman, F., Masruroh, N., & Dzulkarnaen, A. (2024). Islam'S View on Changes in Fashion Trends in Indonesia. *Mozaic: Islamic Studies Journal*, 3(1), 47–54. <https://doi.org/10.35719/mozaic.v3i1.2104>
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish Publisher.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuntitatif, Kualitatif dan R&D* (19th ed.). ALFABETA, CV.

- Sujarweni, V. W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Sulasih, S., Suliyanto, S., Novandari, W., & Munawaroh, A. (2022). Memprediksi Niat Beli Produk Fashion Melalui Aplikasi Marketplace Dengan Theory Planned Behaviour Dan Product Knowledge Sebagai Variabel Moderasi Dengan Analisa Partial Least Square (PLS). *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 1–20. <https://doi.org/10.24090/ej.v10i1.5718>
- Suparmono. (2018). Pengantar Ekonomi Makro. In *UPP STIM YPKN*.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. KENCANA.
- Susanto, I., Moh. Mukri, Moh. Bahrudin, & Faisal, F. (2024). The Influence of Lifestyle and Trust in the Use of Shopee Paylater Services on Consumer Behavior in the Maqashid Sharia Perspective (Study on Students of UIN Raden Intan Lampung). *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 12(1), 85–100. <https://doi.org/10.24090/ej.v12i1.10961>
- Tumangger, S., Muslim, F., & Kurniadi, R. (2023). The Effect Of Living Money and Lifestyle On Student Financial Management Economic Education. *Jurnal Smart: Sosial Ekonomi Dan Kerakyatan*, 1(1), 1–9.
- Yunita, I., Lubis, F. A., & Aslami, N. (2023). Pengaruh Media Sosial, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 3 No.2. <https://doi.org/https://doi.org/10.472333/jebs.v3i2.865>
- Yusuf, A. M. (2014). *METODE PENELITIAN Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. KENCANA.
- <https://dindukcapil.banyumaskab.go.id/read/45643/jumlah-penduduk-berdasar-kelompok-umur-per-31-desember-2023> diakses pada 1 Oktober 2024 Pukul 19.30
- <https://gli.id/article-detail/social-media-influencer-and-spending-habits-gen-z-vs-millennials> diakses pada 13 November 2024 pukul 20.20

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

Kuisisioner Penelitian

“Pengaruh Lifestyle, Uang Saku, dan Trend Fashion Terhadap Perilaku
Konsumtif Generasi Z Kota Purwokerto Pada Produk Fashion”

Assalamualaikum wr.wb

Perkenalkan saya Fadila Khoerunnisa, mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir (skripsi). Dalam rangka pengumpulan data, saya memohon kesediaan dan bantuan saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini dengan baik. Bantuan Anda sangat berharga bagi penelitian yang sedang saya lakukan. Adapun kriteria responden yaitu sebagai berikut :

1. Generasi Z yang berdomisili di Purwokerto
2. Pernah melakukan pembelian produk fashion (Pakaian,Tas, Sepatu, dan aksesoris)
3. Berusia antara 17 - 27 tahun

Adapun tujuan dari penelitian ini hanya digunakan untuk kepentingan akademis, sehingga data responden akan dijaga kerahasiaannya dan tidak akan disebarluaskan tanpa persetujuan dari yang bersangkutan. Terimakasih atas kesediaan dan kerja sama yang telah anda berikan.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Identitas Responden

- Nama :
- Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
- Usia :
- Pekerjaan : ☐ Pelajar/Mahasiswa
☐ Wirausaha
☐ Karyawan
☐ Lainnya
- Alamat Domisili : ☐ Purwokerto Utara
☐ Purwokerto Selatan
☐ Purwokerto Barat
☐ Purwokerto Timur
- Sumber Pendapatan : ☐ Orang Tua
☐ Beasiswa
☐ Bekerja
☐ Lainnya
- Produk Fashion yang sering dibeli : ☐ Pakaian
☐ Sepatu
☐ Sandal
☐ Tas
☐ Aksesoris
☐ Lainnya
- Besaran uang saku : ☐ <500.000
☐ 500.000-1.000.000
☐ 1.000.000-2.000.000

☐ >2.000.000

PERNYATAAN PENELITIAN

Berilah respon terhadap pernyataan dalam tabel dengan memberikan tanda (✓) pada kolom yang sesuai dengan persepsi saudara/I mengenai pernyataan tersebut. Skala respon adalah sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

TS : Tidak Setuju diberi skor 2

N : Netral diberi skor 3

S : Setuju diberi skor 4

SS : Sangat Setuju diberi skor 5

No	Pernyataan	Respon				
		STS	TS	N	S	SS
1. Lifestyle						
1.	Saya cenderung menghabiskan waktu luang saya untuk berbelanja atau melihat-lihat produk fashion					
2.	Saya senang mencari informasi terbaru tentang fashion di media sosial					
3.	Saya tertarik untuk mengikuti trend fashion terbaru yang sedang populer					
4.	Saya merasa perlu untuk memiliki berbagai macam item fashion yang sedang trend					
5.	Saya merasa bahwa memiliki produk fashion bermerek menunjukkan status sosial yang lebih tinggi					

6.	Saya merasa produk fashion dapat meningkatkan rasa percaya diri saya dalam berinteraksi dengan orang lain					
2. Uang Saku						
1.	Saya memiliki rencana penggunaan uang saku setiap bulannya					
2.	Saya dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan saat menggunakan uang saku					
3.	Besarnya uang saku yang saya terima setiap bulan memengaruhi keputusan saya dalam membeli produk fashion					
4.	Saya lebih sering membeli produk fashion jika uang saku saya mencukupi					
3. Trend Fashion						
1.	Penampilan fashion menjadi prioritas utama bagi saya					
2.	Saya mengutamakan kualitas bahan ketika memilih produk fashion					
3.	Saya dapat mengekspresikan kepribadian diri melalui fashion					
4.	Saya merasa perlu untuk memperbarui fashion agar tidak tertinggal oleh trend fashion terbaru					

5.	Saya tertarik membeli produk fashion setelah melihat iklannya					
6.	Saya percaya bahwa fashion dapat mencerminkan status sosial seseorang					
7.	Saya memperhatikan model atau desain produk saat memilih fashion					
4. Perilaku Konsumtif						
1.	Saya sering membeli produk yang menawarkan hadiah tambahan meskipun produk tersebut tidak selalu saya butuhkan					
2.	Saya tertarik membeli produk karena visual kemasan yang menarik					
3.	Saya membeli produk fashion untuk menjaga penampilan saya agar tetap modis					
4.	Saya membeli produk tertentu untuk menunjukkan status sosial saya					
5.	Saya sering membeli produk yang digunakan oleh public figure atau selebriti favorit saya					
6.	Membeli produk fashion yang mahal dapat memberikan kepuasan dan kepercayaan diri bagi saya					

Lampiran 2 : Data Responden

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Domisili	Produk Fashion Yang Sering Dibeli	Uang Saku/Bulan
Fadila Khoerunnisa	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Dita Ayu Aprilia	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Tas	1.000.000-2.000.000
Danang Wicaksono	Laki-laki	19	Karyawan	Purwokerto Selatan	Sepatu	1.000.000-2.000.000
Tri Vionita Sujianto	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Rezany	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Riana Ragil	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Asri	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	500.000-1.000.000
Arvinda Dwiwati	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Deva Ayu Sandriyah	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Risma Nisa	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
Naviatul Fauziyah	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Riska Anggraeni	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Keriana Permata	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
Luthfiyah Nazifah	Perempuan	17	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Erika Dwi	Perempuan	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Ika Salma Yunianti	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Tas	<500.000
Yuliyanti Dewi Lestari	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
desi dian	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Lulu Kamalia	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Zulfaaa	Perempuan	19	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Liyani	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Amanah Raihana	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
ika	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Aksesoris	500.000-1.000.000
Sitifatihah	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Melina Pratama Putri	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000

Nabila	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
dhinta	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
Wiwik	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
Dita Ayu	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Sandal	<500.000
Syska puspitasari	Perempuan	21	Karyawan	Purwokerto Selatan	Pakaian	>2.000.000
Imas Ayu	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Nur Asiyah	Perempuan	23	Karyawan	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Elsa Ayunda	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
Diana Kurniati	Perempuan	21	Mahasiswa dan karyawan	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Ovia Oktaliani	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Jam tangan	500.000-1.000.000
A	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Sepriana R	Perempuan	27	Wirusaha	Purwokerto Utara	Sepatu	1.000.000-2.000.000
Finadya cahya ameilia	Perempuan	19	Karyawan	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Shinta nur jannah	Perempuan	22	Karyawan	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Rachmi Amalia	Perempuan	22	Karyawan	Purwokerto Selatan	Pakaian	>2.000.000
Putri Nur	Perempuan	23	Karyawan	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Chelsea	Perempuan	18	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Tas	500.000-1.000.000
Manusia	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Fitri	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Aninda Fatimatus Zahro	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Najla	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	500.000-1.000.000
Mely Nur Arifah	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Patmah Setiyawati	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Alii Imronn	Laki-laki	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
intan	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Muhammad Faiz	Laki-laki	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	1.000.000-2.000.000
Afifah Nurlaila	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	<500.000
Umi Amalia	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Monica	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
Ashar alfiatun nisa	Perempuan	19	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Mahardhika Falah	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
Titin	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000

Zulfael	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Arimbi Ani	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Sandal	500.000-1.000.000
Istikomah Robiyanti	Perempuan	25	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Tas	500.000-1.000.000
Fella ashfiya wafa	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Nur Atika	Perempuan	23	Karyawan	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Mustika Dewi	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Tas	<500.000
Via	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	<500.000
Agista Ina Amelia	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Tas	<500.000
Vica Linsururoh	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
Fina Zakiah	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Dina hidayu	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Mia	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
sekar	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Tas	<500.000
Trio	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Ahnaf Diyaurrehman	Laki-laki	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
Serly Nur	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
Muhammad Lucky	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Aksesoris	500.000-1.000.000
Aziz Riski Romadhon	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	1.000.000-2.000.000
Septiana Dwi Saputri	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Sepatu	500.000-1.000.000
Dwi Bagus Yudhistira	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	<500.000
Sandro	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	<500.000
Mailani harva bena.b	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Sepatu	500.000-1.000.000
Laylli Nur Wakhidah	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Ninda	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
an	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Aksesoris	500.000-1.000.000
Kamila	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Dian	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	>2.000.000
C	Laki-laki	23	Karyawan	Purwokerto Selatan	Sepatu	>2.000.000
Eli	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
Rafa Frizli	Laki-laki	17	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Sepatu	500.000-1.000.000
Farel Ferdiansyah	Laki-laki	17	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Syifa Salsa	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Syalwaa	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000

Aliana	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Fauzia Chilla Azzahra	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Sepatu	1.000.000-2.000.000
Adhiva Febrina	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Rindjani	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Tas	1.000.000-2.000.000
Nadia	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
ashfa	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	>2.000.000
dira	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Trio Rian	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Yayuk Ernawati	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Putri Meilani Sukma	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Aksesoris	<500.000
Devit Nurman	Perempuan	19	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
ji	Perempuan	22	Karyawan	Purwokerto Utara	Aksesoris	<500.000
Fadilah	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Bintang	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Denis	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Sandal	500.000-1.000.000
Cinta	Perempuan	22	Belum bekerja	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Nur Savana	Perempuan	24	freelancer	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
difa	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Farah shodiqotun	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Ayu diah nurazizah	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
Willain Arfa	Laki-laki	24	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Alfina	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Sepatu	500.000-1.000.000
Zarq	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Gading Lakshita	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
rania	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	<500.000
Aufa	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Tas	500.000-1.000.000
anomali	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
Ismul muniroh	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Riiiiii	Laki-laki	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Dian Utami	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	>2.000.000
Alifia Zahra Lathifah	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Jer	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Aksesoris	1.000.000-2.000.000
Dewa	Laki-laki	24	Karyawan	Purwokerto Timur	Pakaian	1.000.000-2.000.000

Siti Khadijah	Perempuan	20	Karyawan	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Irul	Laki-laki	21	Karyawan	Purwokerto Timur	Sepatu	>2.000.000
try	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Wahid Multazam	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Sepatu	<500.000
Meli Rosiani	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Umi Qoniatul	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Fera	Perempuan	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Bro	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Sepatu	<500.000
Fili nuraeni	Perempuan	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Dian	Perempuan	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Nabiilah	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
debbie	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
fiyal	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
k	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Eren	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Sepatu	500.000-1.000.000
Fajar Nurosobah	Laki-laki	24	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Aksesoris	500.000-1.000.000
Cellinca	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Alaa	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Lia	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
Titi Salma Ayuni	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
rafli	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Sepatu	>2.000.000
bagas Iqbal	Laki-laki	24	Karyawan	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
alfani	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Nafis	Laki-laki	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Mega Enjellina	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
Ofa	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
jeje	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	>2.000.000
Sarah	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Aksesoris	1.000.000-2.000.000
Ika	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
hana	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Satria biladi	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Maulina	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Jesslyn	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000

Fayya	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Asri Yusyifa Awwalina	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Mohammad Robbi	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Sepatu	<500.000
Addisa	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Delia	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Aksesoris	1.000.000-2.000.000
La	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
Alex	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Tifani	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Amanda	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Tas	500.000-1.000.000
ahsan	Laki-laki	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Dewi Laelatusafira	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Rahmadania Diva	Perempuan	19	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Maulina	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Zahra	Perempuan	24	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	1.000.000-2.000.000
astrid	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Baihaqi	Laki-laki	19	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Stiven Pratama	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	>2.000.000
RA	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	1.000.000-2.000.000
sak	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	>2.000.000
Rifki Nika Yuniar	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Sepatu	>2.000.000
Jerry	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
AL	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Sepatu	1.000.000-2.000.000
khoirunnisa	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Naeli Zakiyah Agustina	Perempuan	19	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Ramadhan	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
alika	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Tas	1.000.000-2.000.000
Nur hidayat	Laki-laki	25	Karyawan	Purwokerto Selatan	Sepatu	1.000.000-2.000.000
halida	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Juna	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Sepatu	1.000.000-2.000.000
Era	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Dessy	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Faqih	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Sepatu	500.000-1.000.000
Baihaqi	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000

zayn khadafi	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Sepatu	1.000.000-2.000.000
Diko	Laki-laki	26	Wirausaha	Purwokerto Barat	Sepatu	1.000.000-2.000.000
Akna Kusnaeni	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Lusiana Farisa	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	>2.000.000
Hanifah Sekar Lisnanti	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Tania	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Sandal	500.000-1.000.000
Laela Sabilla Arrohmah	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Tas	500.000-1.000.000
Irma Yunita	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Tas	500.000-1.000.000
Zakiya	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Muhamad Gani	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	500.000-1.000.000
Dwi Nur Zahara	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
hanifah ulul azmi	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Zalfa Qonita	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
amanatus	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Anis Supriyatin	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Nanda Mauri Audisti	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Meida	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Fita Nur Hidayah	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Haura	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Sonia Septilia	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
DC	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Desti fitriyanti	Perempuan	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Bella Fasta'sima	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	>2.000.000
Arzeti	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
Fatia Salsabila	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Sukesihbela	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Nada Vebrian	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Lintang	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Tas	500.000-1.000.000
Inayah	Perempuan	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Gesha Asitha Kinanthi	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Reffi Adellia	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Tris Cha Gusmiyarni	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	<500.000
Dayah	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000

salwa	Perempuan	17	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Ukhti Asfiya M Z	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Nida	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Aksesoris	<500.000
Akbar	Laki-laki	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Est	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Hafiz A	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Dea	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Aksesoris	<500.000
Farah Nada Rizkiyah	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	500.000-1.000.000
Intan Alyssa Salsabila	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Amelia	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Aksesoris	500.000-1.000.000
Ashila	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Aksesoris	500.000-1.000.000
Sandrina	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Apip	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Fadli Adya	Laki-laki	23	Wirausaha	Purwokerto Utara	Pakaian	>2.000.000
Intan	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Aksesoris	500.000-1.000.000
Lisa Amalia	Perempuan	22	Karyawan	Purwokerto Utara	Pakaian	>2.000.000
Rofif	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
Rahma Avi Maulida	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Maudy Puput Tri	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Siti Aisyah	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
aman nur zaman	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	500.000-1.000.000
Ay	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Zaqi	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
diba	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Elfiano	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
nasywa	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Abi	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Tas	1.000.000-2.000.000
Surya	Laki-laki	25	Wirausaha	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Kevin	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Sepatu	>2.000.000
Parhan Solin	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Sabrina	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Hanif	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Rehan	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000

Bimo	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Rizqi	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Nadiva	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Bintang	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Sepatu	1.000.000-2.000.000
Sifa	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	500.000-1.000.000
niken istiqomah	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	>2.000.000
daniel	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Tas	1.000.000-2.000.000
Febrian	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Sepatu	<500.000
Ira Nurul Latifah	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Risma	Perempuan	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	<500.000
Ata	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Marchel	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Sepatu	500.000-1.000.000
dea	Perempuan	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
Arri Maulida	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Lino	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Sepatu	1.000.000-2.000.000
Indah Fitriana	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
Amara Alvionita	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Lulu Khulwatu Iffah	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	500.000-1.000.000
Mila Azizah	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
Sindy Puji Astutik	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Elsa dwi indriarti	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Tas	500.000-1.000.000
Khurrotul Aliyyah	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Maryati	Perempuan	22	Karyawan	Purwokerto Timur	Pakaian	>2.000.000
laura bestrik	Perempuan	22	Karyawan	Purwokerto Selatan	Tas	>2.000.000
Aslih Mubarak	Laki-laki	25	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
nizam	Laki-laki	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	>2.000.000
Aisyatussilma	Perempuan	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Angely hardiyanti	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Aksesoris	<500.000
Devi Puspitaningrum	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Sepatu	500.000-1.000.000
Ragil Triana Agustin	Perempuan	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Nirmala	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Zahrina	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Najwa Aulia Sholihah	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000

Raa	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Silvia Amanda Putri	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
sifa	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
Daniel	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Novita Eka	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
Muntasya	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
ara	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Sepatu	500.000-1.000.000
varyssha yogi	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Tiara	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Nino	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
Ratri Wijayanti	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Tata	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Sandal	500.000-1.000.000
Aliya	Laki-laki	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Aksesoris	<500.000
Ami	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
hanif	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Pakaian	>2.000.000
Salsabila	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	<500.000
via	Perempuan	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	<500.000
Westi Setianingsih	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Sandal	<500.000
Kuni Faizah	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
sitti umaira	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Sulis setiawati	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Nurdiana Putri Utami	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
fayza	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	<500.000
hendri	Laki-laki	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Nayla Novita Ardhani	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Aksesoris	500.000-1.000.000
Revi Nur	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Insani Apriyanti	Perempuan	22	Karyawan	Purwokerto Utara	Pakaian	>2.000.000
Alip	Laki-laki	25	Wirausaha	Purwokerto Barat	Sepatu	>2.000.000
David	Laki-laki	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Sepatu	>2.000.000
Ali utomo	Laki-laki	26	Wirausaha	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
Siti maesaroh	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
Fila	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
Khaerul	Laki-laki	25	Wirausaha	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000

Siti Nurhayati	Perempuan	26	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
Yuliza citra pratiwi	Perempuan	27	Karyawan	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Fajar	Laki-laki	23	Karyawan	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Ayu	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
Wulan	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
Putri Lestari	Perempuan	26	Karyawan	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Friska	Perempuan	24	Wirausaha	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Lisa sitepu	Perempuan	25	Wirausaha	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Ani latifah	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Selatan	Pakaian	>2.000.000
Tio Ferdiansyah	Laki-laki	19	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Helda fahlana	Perempuan	25	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Selatan	Sepatu	1.000.000-2.000.000
Hesty indah	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
Senny Widyastuti	Perempuan	21	Karyawan	Purwokerto Timur	Pakaian	1.000.000-2.000.000
didik	Laki-laki	26	Karyawan	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Heru maulana	Laki-laki	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Sepatu	>2.000.000
Aya	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
alpi	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Sepatu	500.000-1.000.000
Fikri	Laki-laki	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
Arini	Perempuan	27	Wirausaha	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Hasnah Ritonga	Perempuan	25	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Niken	Perempuan	21	Karyawan	Purwokerto Selatan	Pakaian	500.000-1.000.000
Sri Hayanti	Perempuan	24	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
Tri yuliani	Perempuan	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Anggi	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
Jenesn	Laki-laki	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Sepatu	>2.000.000
Raden	Laki-laki	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Sepatu	>2.000.000
Rahma Nur Fadilah	Perempuan	19	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Emi meilawati	Perempuan	24	Karyawan	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Buluna	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
Muhtar	Laki-laki	25	Wirausaha	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Nani	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
Rahayu	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Utara	Pakaian	>2.000.000
Mariyatul Qibtiyah	Perempuan	26	Karyawan	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000

Tika	Perempuan	24	Wirausaha	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
Dimas Prasetyo	Laki-laki	24	Freelancer	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Bayu Indarto	Laki-laki	25	Karyawan	Purwokerto Utara	Sepatu	>2.000.000
Alfi	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Devina Citra Soraya	Perempuan	23	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Witri komalasari	Perempuan	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Siti masithoh	Perempuan	27	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Nourycha	Perempuan	25	Wirausaha	Purwokerto Selatan	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Estu julyana	Perempuan	26	Wirausaha	Purwokerto Utara	Pakaian	<500.000
Nur Bukhori	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Lisa	Perempuan	27	Wirausaha	Purwokerto Timur	Pakaian	>2.000.000
Nurul sari dewi	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Ridho	Laki-laki	24	Wirausaha	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
bila	Perempuan	22	Karyawan	Purwokerto Barat	Pakaian	>2.000.000
yuanita	Perempuan	17	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	<500.000
Raudhatul Zainiyah	Perempuan	23	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Ema hermawati	Perempuan	27	Ibu rumah tangga	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Novika	Perempuan	22	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Pakaian	500.000-1.000.000
Siti Hanipah	Perempuan	24	Wirausaha	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Yanke N	Laki-laki	27	Wirausaha	Purwokerto Timur	Pakaian	500.000-1.000.000
Inayati	Perempuan	18	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Barat	Sepatu	<500.000
Winik eka sari	Perempuan	27	Karyawan	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Rumiyati	Perempuan	24	Buruh	Purwokerto Barat	Pakaian	1.000.000-2.000.000
Berliana Kuserawati	Perempuan	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Citra nurani	Perempuan	25	Wirausaha	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
Puspita sari	Perempuan	24	IRT	Purwokerto Selatan	Pakaian	<500.000
Afrizal	Laki-laki	21	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Sepatu	500.000-1.000.000
Zahra Fajriyati	Perempuan	26	Karyawan	Purwokerto Timur	Sepatu	500.000-1.000.000
Joseph	Laki-laki	20	Pelajar/Mahasiswa	Purwokerto Utara	Pakaian	500.000-1.000.000
Keke	Perempuan	25	Karyawan	Purwokerto Utara	Pakaian	1.000.000-2.000.000

Lampiran 3: Tabulasi Data

NO	X1						TOTAL	X2				TOTAL	X3							TOTAL
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4		1	2	3	4	5	6	7	
1.	4	5	5	4	5	5	28	5	4	4	5	18	4	5	5	4	4	5	5	32
2.	4	5	4	5	5	4	27	4	5	5	3	17	4	5	5	5	4	4	5	32
3.	5	4	4	5	4	4	26	5	3	4	5	17	4	5	4	5	3	4	5	30
4.	4	5	4	4	5	4	26	5	4	5	5	19	4	5	5	4	4	5	5	32
5.	4	5	5	4	5	5	28	5	5	4	4	18	4	4	5	5	4	5	4	31
6.	5	4	4	5	4	5	27	5	4	5	4	18	4	4	4	4	4	3	4	27
7.	4	5	3	4	2	5	23	5	5	4	4	18	5	4	3	4	4	5	4	29
8.	4	4	3	4	2	4	21	5	5	4	5	19	4	5	4	5	5	4	4	31
9.	4	5	3	2	4	5	23	5	5	4	5	19	3	4	4	3	5	4	5	28
10.	3	4	2	1	3	4	17	1	3	2	4	10	2	4	5	3	1	3	4	22
11.	4	5	4	5	4	5	27	5	5	3	4	17	4	5	4	5	4	4	5	31
12.	4	5	5	2	1	5	22	5	5	4	5	19	4	5	5	1	2	1	4	22
13.	5	4	4	5	5	4	27	5	4	5	4	18	5	4	5	4	3	5	5	31
14.	5	4	4	5	4	5	27	5	4	4	5	18	5	4	4	5	4	4	4	30
15.	3	4	5	4	5	5	26	1	3	4	3	11	5	5	3	4	4	5	4	30
16.	5	4	4	5	5	4	27	5	5	4	4	18	5	4	5	3	4	5	5	31
17.	3	4	4	3	3	4	21	2	3	4	3	12	3	4	5	5	4	3	5	29
18.	1	4	3	2	1	5	16	5	5	4	5	19	2	4	5	4	2	2	4	23

19.	4	4	5	4	4	5	26	5	4	5	5	19	4	4	3	5	4	3	4	27
20.	3	5	4	3	2	3	20	5	5	4	5	19	3	4	4	5	4	3	4	27
21.	4	4	5	4	5	5	27	5	5	5	4	19	5	4	4	2	4	1	4	24
22.	2	5	4	4	3	5	23	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	3	4	27
23.	2	4	3	3	3	4	19	2	3	4	3	12	2	4	4	4	3	4	4	25
24.	2	4	2	1	2	4	15	5	5	5	4	19	3	4	5	4	2	1	4	23
25.	4	4	2	1	2	4	17	2	4	3	4	13	5	4	4	5	2	2	4	26
26.	4	4	5	3	4	3	23	2	3	4	3	12	2	4	4	2	3	3	4	22
27.	3	4	3	3	3	4	20	5	4	3	3	15	3	4	4	3	3	4	4	25
28.	2	3	4	3	2	3	17	3	2	4	3	12	3	4	4	3	3	2	4	23
29.	2	3	3	3	2	3	16	1	3	4	2	10	3	1	2	3	4	4	4	21
30.	4	4	5	5	4	4	26	5	5	4	4	18	5	5	3	4	5	4	4	30
31.	4	4	5	3	4	4	24	5	5	4	4	18	4	5	5	4	4	5	4	31
32.	3	4	4	3	3	4	21	5	5	4	5	19	4	4	4	3	3	3	4	25
33.	2	4	3	2	4	3	18	4	4	5	5	18	2	4	2	3	3	3	3	20
34.	2	3	3	2	2	4	16	4	5	4	4	17	2	4	3	2	2	4	4	21
35.	2	5	5	3	3	3	21	5	5	5	5	20	4	5	4	4	3	4	5	29
36.	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	16	2	4	3	2	3	2	4	20
37.	4	5	5	4	4	5	27	5	5	4	4	18	3	5	5	4	5	2	5	29
38.	5	4	4	3	3	4	23	2	4	4	3	13	3	4	3	3	3	3	5	24
39.	4	3	5	2	3	2	19	3	3	2	4	12	3	2	4	2	1	5	3	20
40.	5	4	5	4	4	5	27	5	4	5	4	18	5	4	4	4	5	3	5	30

41.	2	4	3	2	1	2	14	5	4	5	5	19	2	5	4	3	3	4	4	25
42.	2	4	3	3	2	3	17	3	4	4	4	15	3	4	3	3	3	2	4	22
43.	4	5	4	3	4	5	25	3	3	4	3	13	4	4	4	3	5	5	3	28
44.	5	4	3	4	4	5	25	5	4	5	4	18	5	5	4	5	4	4	5	32
45.	4	5	5	4	4	5	27	5	4	5	4	18	4	5	5	3	3	4	5	29
46.	4	5	4	4	5	4	26	5	5	4	3	17	4	5	4	4	5	4	4	30
47.	2	4	3	2	4	5	20	5	4	5	5	19	3	5	4	3	4	2	5	26
48.	4	5	4	3	4	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	4	5	32
49.	2	3	2	2	2	3	14	4	5	4	4	17	4	4	4	2	3	5	4	26
50.	3	4	3	1	2	4	17	3	4	4	3	14	3	4	3	3	4	2	4	23
51.	5	4	5	5	4	3	26	5	5	4	5	19	2	5	3	3	4	4	5	26
52.	4	3	4	5	5	4	25	4	5	4	3	16	4	5	4	4	5	5	4	31
53.	5	4	2	2	4	5	22	4	4	5	5	18	2	5	5	3	4	4	5	28
54.	3	3	4	4	3	4	21	3	5	3	3	14	3	3	3	3	3	3	3	21
55.	2	4	2	1	1	2	12	4	4	4	1	13	3	4	4	3	2	4	4	24
56.	2	3	2	2	2	3	14	5	5	5	3	18	3	3	4	3	3	2	4	22
57.	4	4	5	2	1	3	19	4	5	3	4	16	2	4	3	2	3	1	4	19
58.	4	5	4	2	2	5	22	5	2	5	5	17	4	2	4	1	5	4	5	25
59.	2	5	4	2	1	5	19	4	3	5	5	17	1	5	2	4	2	2	4	20
60.	5	4	3	2	3	5	22	5	5	5	3	18	3	4	3	3	3	5	5	26
61.	5	5	4	5	4	4	27	5	5	5	4	19	5	4	5	4	4	5	4	31
62.	3	4	3	3	3	4	20	5	4	4	4	17	4	5	3	4	4	5	4	29

63.	5	4	3	4	3	4	23	4	5	4	3	16	3	5	3	3	3	4	5	26
64.	4	5	5	4	4	5	27	5	5	5	4	19	4	3	5	4	5	4	2	27
65.	5	5	4	4	5	4	27	5	4	4	5	18	4	4	4	5	5	4	4	30
66.	1	3	2	1	2	4	13	5	4	5	4	18	2	5	2	1	4	2	4	20
67.	5	5	4	5	3	4	26	5	5	4	4	18	5	5	4	4	5	5	4	32
68.	4	4	4	5	5	4	26	4	5	5	4	18	5	4	5	5	4	5	4	32
69.	3	2	3	2	2	4	16	1	3	4	4	12	2	3	4	3	2	2	2	18
70.	4	4	5	4	5	5	27	4	4	5	4	17	4	3	4	5	4	5	5	30
71.	4	4	3	5	4	5	25	5	4	3	4	16	4	3	5	4	3	4	3	26
72.	5	3	4	5	4	5	26	5	4	5	4	18	4	5	5	4	5	5	4	32
73.	5	4	5	4	4	5	27	5	5	4	5	19	4	4	5	3	4	5	5	30
74.	4	4	5	4	5	5	27	4	4	5	4	17	5	5	4	4	5	4	5	32
75.	3	4	4	4	5	5	25	2	3	4	4	13	2	4	4	4	4	4	4	26
76.	5	4	4	5	5	4	27	4	5	3	3	15	4	4	3	5	4	5	4	29
77.	3	4	4	2	4	5	22	3	5	5	4	17	5	5	4	3	4	5	5	31
78.	2	2	1	2	2	4	13	5	4	4	2	15	2	4	4	3	4	5	5	27
79.	3	5	4	2	1	5	20	2	5	5	4	16	3	5	5	3	1	1	5	23
80.	3	4	4	3	3	3	20	3	4	4	3	14	3	2	3	2	3	3	3	19
81.	3	3	3	3	3	3	18	5	4	5	4	18	3	3	3	3	3	3	3	21
82.	4	5	4	5	5	4	27	5	4	4	5	18	5	4	5	4	5	4	4	31
83.	4	5	4	4	5	4	26	5	3	4	5	17	4	4	5	5	4	4	5	31
84.	4	5	4	2	4	5	24	4	5	5	4	18	5	5	4	2	4	4	5	29

85.	5	4	5	4	5	5	28	5	4	5	4	18	5	4	4	5	4	5	4	31
86.	3	5	4	3	3	5	23	4	5	5	5	19	4	5	5	3	4	4	5	30
87.	4	5	5	3	4	4	25	5	5	4	5	19	5	4	4	5	5	4	4	31
88.	4	5	5	4	5	4	27	5	5	5	4	19	4	5	4	5	5	4	5	32
89.	3	5	4	3	2	4	21	2	4	3	4	13	3	4	5	3	4	2	4	25
90.	5	4	4	3	4	4	24	5	5	4	5	19	4	5	4	4	4	3	4	28
91.	2	4	2	2	4	4	18	5	5	4	4	18	4	5	4	4	2	4	4	27
92.	4	5	4	3	4	5	25	4	5	5	4	18	4	5	4	4	5	3	5	30
93.	5	4	4	5	4	5	27	5	5	4	5	19	4	4	5	4	5	4	4	30
94.	4	4	3	2	4	5	22	4	5	5	4	18	2	5	5	2	4	2	4	24
95.	2	4	3	2	2	3	16	3	5	3	4	15	3	4	4	3	3	2	4	23
96.	4	4	5	3	5	5	26	5	5	5	4	19	4	5	5	4	4	5	4	31
97.	4	5	4	3	3	4	23	4	5	5	4	18	4	3	4	4	4	4	5	28
98.	5	5	4	5	4	4	27	3	4	5	4	16	4	5	4	5	5	4	4	31
99.	5	4	4	4	5	5	27	5	5	2	1	13	5	4	5	5	2	5	3	29
100.	4	4	5	4	5	5	27	5	4	5	5	19	3	4	4	5	4	4	5	29
101.	2	2	3	2	3	4	16	4	5	5	4	18	5	4	2	3	4	4	5	27
102.	2	3	2	1	3	3	14	5	4	4	4	17	4	4	4	2	2	2	4	22
103.	4	4	5	4	5	5	27	5	4	5	5	19	2	4	5	4	4	5	4	28
104.	2	4	3	2	3	4	18	5	5	4	2	16	3	5	4	2	3	4	5	26
105.	3	4	2	2	3	5	19	4	5	5	4	18	3	5	4	2	3	2	4	23
106.	5	4	5	4	4	5	27	5	5	5	4	19	4	4	5	4	4	4	5	30

107.	4	5	5	4	5	3	26	4	5	3	2	14	4	5	5	4	5	5	3	31
108.	4	4	5	3	4	5	25	4	3	4	5	16	4	5	4	4	3	5	4	29
109.	3	4	3	3	2	3	18	5	5	5	5	20	3	4	3	3	3	3	4	23
110.	3	4	3	2	2	3	17	3	4	3	4	14	3	3	3	3	3	2	3	20
111.	2	3	4	3	4	4	20	5	5	5	4	19	2	4	4	3	3	4	4	24
112.	2	4	4	2	3	5	20	5	4	4	5	18	2	5	4	2	3	4	5	25
113.	4	5	5	2	2	5	23	5	4	5	5	19	3	5	5	4	4	4	5	30
114.	2	4	4	2	3	4	19	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	2	4	26
115.	4	5	4	4	5	4	26	5	5	4	5	19	2	5	4	4	3	4	5	27
116.	4	3	2	2	3	4	18	3	4	3	4	14	3	4	3	3	3	2	4	22
117.	4	5	2	3	4	4	22	2	4	5	4	15	1	5	2	4	3	4	5	24
118.	4	4	3	3	2	2	18	4	5	4	4	17	3	4	3	3	4	3	4	24
119.	4	5	4	5	4	4	26	5	5	5	4	19	4	5	5	4	5	4	5	32
120.	4	5	5	3	4	4	25	5	5	4	5	19	4	5	5	4	4	5	5	32
121.	1	4	3	3	3	4	18	4	4	3	4	15	3	4	4	3	3	3	4	24
122.	1	4	2	2	3	4	16	2	5	5	1	13	2	5	5	3	1	5	5	26
123.	4	5	5	4	3	5	26	2	1	5	3	11	5	5	4	5	4	5	5	33
124.	5	4	5	5	4	5	28	5	4	4	5	18	4	5	5	4	4	5	4	31
125.	4	5	5	5	5	4	28	4	4	5	2	15	1	5	5	3	4	3	5	26
126.	2	4	4	3	1	4	18	5	4	5	5	19	2	3	4	1	3	3	4	20
127.	4	4	5	4	5	5	27	1	3	2	4	10	4	2	4	5	5	4	4	28
128.	2	3	3	2	4	4	18	3	5	4	5	17	5	4	4	4	3	4	4	28

129.	1	3	1	2	2	2	11	5	3	5	5	18	3	3	3	3	3	3	5	23
130.	4	2	3	2	4	5	20	5	5	5	4	19	3	5	4	3	1	5	5	26
131.	5	5	4	5	5	5	29	5	4	5	5	19	4	5	4	4	5	4	4	30
132.	2	2	3	4	4	3	18	4	5	4	4	17	5	4	4	5	5	4	4	31
133.	4	5	4	4	4	4	25	3	2	4	4	13	5	5	5	5	5	5	5	35
134.	3	2	3	2	2	4	16	3	4	4	4	15	3	4	3	3	4	3	4	24
135.	5	4	4	5	4	5	27	4	4	5	4	17	5	5	4	4	5	4	5	32
136.	4	5	4	4	5	4	26	5	5	4	5	19	5	4	4	5	4	4	5	31
137.	4	5	3	2	2	5	21	5	4	5	5	19	5	5	4	2	3	3	4	26
138.	2	4	2	2	3	4	17	4	5	5	4	18	4	4	4	2	2	3	3	22
139.	2	3	1	2	3	1	12	5	5	5	5	20	2	5	2	3	1	3	1	17
140.	2	2	1	3	4	5	17	5	4	4	5	18	4	4	5	2	3	5	4	27
141.	4	5	2	2	1	4	18	5	5	4	5	19	2	4	4	2	4	4	5	25
142.	1	4	3	2	3	4	17	5	5	4	5	19	3	5	3	3	3	2	4	23
143.	2	3	3	2	1	3	14	5	4	5	4	18	1	5	2	2	1	1	5	17
144.	5	4	5	5	4	4	27	2	2	5	4	13	5	5	4	5	3	5	4	31
145.	4	5	4	4	5	4	26	4	5	5	5	19	4	5	5	4	5	4	5	32
146.	4	4	5	5	4	5	27	5	4	5	5	19	4	5	4	4	5	5	5	32
147.	4	5	4	3	3	4	23	4	3	4	5	16	4	4	3	4	4	2	4	25
148.	3	4	2	3	2	4	18	5	4	4	5	18	4	5	4	3	4	2	5	27
149.	5	5	5	1	4	5	25	5	4	4	5	18	5	5	4	1	3	5	5	28
150.	3	4	5	4	4	5	25	4	5	4	4	17	5	4	3	4	4	5	4	29

151.	2	4	4	2	4	5	21	5	4	5	5	19	4	5	2	3	4	4	4	26
152.	5	5	3	3	4	5	25	4	5	5	5	19	4	4	5	3	4	4	4	28
153.	3	4	4	5	4	5	25	5	4	5	4	18	5	4	4	5	4	4	5	31
154.	4	3	1	2	1	2	13	5	5	4	5	19	2	4	3	2	2	2	4	19
155.	4	5	5	4	4	4	26	4	5	5	5	19	4	4	5	5	4	4	4	30
156.	4	5	4	2	1	5	21	5	5	4	4	18	4	3	5	4	4	4	4	28
157.	4	5	4	4	5	5	27	2	4	3	4	13	5	5	4	4	5	4	5	32
158.	3	4	4	3	2	3	19	4	4	4	4	16	3	4	3	3	3	2	4	22
159.	1	3	2	1	5	5	17	5	5	5	3	18	3	5	4	4	3	5	3	27
160.	5	5	4	2	2	5	23	5	5	4	4	18	4	5	4	2	2	4	5	26
161.	4	4	5	4	5	4	26	5	5	5	4	19	5	5	4	5	4	4	4	31
162.	4	4	2	2	4	4	20	5	4	5	4	18	5	5	4	3	2	4	4	27
163.	5	4	4	5	5	4	27	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	4	5	29
164.	4	4	4	2	2	3	19	4	5	4	4	17	3	5	4	3	3	2	5	25
165.	5	5	4	4	5	4	27	5	4	5	5	19	5	4	4	4	4	1	5	27
166.	4	5	5	4	4	5	27	4	5	5	5	19	5	5	4	4	5	5	5	33
167.	2	4	1	1	4	4	16	3	4	4	4	15	4	4	4	1	2	3	3	21
168.	4	5	2	1	2	3	17	4	5	5	5	19	3	4	4	3	4	2	4	24
169.	4	5	4	4	2	4	23	5	5	4	5	19	4	5	5	4	4	4	5	31
170.	4	5	5	5	4	5	28	4	4	5	4	17	3	2	4	4	4	4	4	25
171.	4	5	4	4	4	5	26	5	5	4	4	18	4	5	5	3	4	5	4	30
172.	4	5	4	4	5	5	27	2	1	5	5	13	5	4	4	5	5	4	4	31

173.	5	5	4	5	4	4	27	5	5	5	5	20	4	5	5	3	4	5	5	31
174.	4	4	5	4	4	5	26	4	4	2	4	14	2	4	4	5	3	4	5	27
175.	4	5	5	4	5	5	28	3	3	5	4	15	5	3	4	5	5	4	4	30
176.	2	1	2	3	4	5	17	4	5	4	4	17	2	5	4	4	3	4	5	27
177.	4	5	4	5	4	5	27	2	2	4	2	10	5	2	4	4	5	2	4	26
178.	3	4	4	3	3	5	22	4	4	5	5	18	4	5	4	4	3	3	4	27
179.	5	4	3	3	2	5	22	5	3	5	5	18	3	5	5	5	5	5	5	33
180.	5	4	2	2	5	5	23	5	5	5	5	20	2	2	5	4	2	5	5	25
181.	4	3	4	2	3	4	20	4	5	4	4	17	3	4	5	4	4	3	5	28
182.	4	5	4	5	4	4	26	5	5	4	5	19	4	4	5	4	5	4	5	31
183.	4	5	5	4	4	5	27	2	4	5	4	15	5	5	4	5	4	4	5	32
184.	5	5	4	4	5	4	27	4	5	5	5	19	5	5	5	4	5	4	4	32
185.	4	5	3	2	4	5	23	4	5	5	4	18	4	5	5	5	4	5	5	33
186.	4	5	5	4	4	5	27	4	5	5	5	19	5	4	5	4	5	5	4	32
187.	5	4	5	5	4	4	27	2	4	2	5	13	2	5	5	4	5	2	5	28
188.	4	4	5	4	4	4	25	5	5	5	4	19	4	5	4	4	4	3	4	28
189.	5	5	4	5	4	5	28	1	2	5	4	12	5	4	5	5	4	4	5	32
190.	4	5	5	4	4	5	27	5	4	5	5	19	5	4	5	5	4	4	5	32
191.	4	3	5	2	5	5	24	2	4	5	4	15	5	5	4	2	4	5	5	30
192.	3	4	4	3	3	4	21	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	4	4	28
193.	4	4	5	5	5	5	28	5	3	5	4	17	5	5	5	5	5	5	5	35
194.	2	4	4	4	2	4	20	4	4	4	5	17	4	4	4	4	2	4	4	26

195.	3	4	4	4	3	2	20	3	4	3	4	14	4	5	3	4	4	3	4	27
196.	4	4	4	4	2	4	22	4	4	4	4	16	3	3	3	3	4	3	3	22
197.	3	4	3	2	2	4	18	4	5	4	4	17	3	4	4	3	3	3	4	24
198.	1	3	4	3	4	4	19	5	5	4	5	19	4	5	5	3	3	4	5	29
199.	2	3	4	4	2	4	19	2	3	4	4	13	4	3	4	3	2	2	4	22
200.	4	4	5	4	4	5	26	5	5	4	5	19	4	4	5	4	4	5	5	31
201.	2	3	3	3	4	4	19	4	5	5	5	19	4	5	4	3	3	3	4	26
202.	5	5	4	3	4	5	26	5	5	5	4	19	4	5	5	4	4	5	3	30
203.	4	4	5	3	2	4	22	4	5	5	2	16	4	3	4	5	4	3	4	27
204.	1	3	2	2	2	2	12	2	5	4	5	16	1	2	2	2	2	2	2	13
205.	4	5	3	3	3	4	22	5	5	5	5	20	3	5	4	3	3	3	5	26
206.	2	5	4	4	3	5	23	3	4	3	4	14	4	5	5	3	4	2	5	28
207.	3	3	3	3	1	4	17	5	5	5	5	20	4	5	5	3	3	1	5	26
208.	4	5	4	4	3	4	24	4	4	5	5	18	4	5	4	4	4	3	5	29
209.	4	4	2	2	4	2	18	5	4	4	5	18	2	4	2	2	2	2	5	19
210.	4	4	3	2	2	4	19	5	5	5	4	19	3	5	4	2	2	3	4	23
211.	2	4	2	2	4	4	18	4	4	5	5	18	2	4	4	2	4	2	4	22
212.	2	4	4	2	3	4	19	5	4	5	4	18	4	4	3	2	4	3	4	24
213.	4	5	5	3	2	3	22	4	4	3	4	15	4	3	3	2	3	3	4	22
214.	5	4	5	5	4	4	27	5	4	4	5	18	4	5	4	4	5	4	5	31
215.	4	4	3	3	4	4	22	5	4	5	4	18	3	5	3	4	4	4	4	27
216.	3	4	3	3	4	3	20	2	3	3	4	12	3	4	3	4	3	4	3	24

217.	4	5	5	3	2	4	23	2	4	3	4	13	4	4	5	3	2	2	4	24
218.	2	5	4	3	4	5	23	5	5	5	5	20	4	5	5	4	4	4	4	30
219.	3	4	3	2	2	4	18	5	5	4	4	18	3	3	2	3	4	3	4	22
220.	4	5	4	3	5	4	25	5	5	4	5	19	5	5	4	4	5	2	4	29
221.	2	4	1	1	2	1	11	2	3	4	4	13	2	5	2	2	4	3	5	23
222.	3	5	4	3	3	4	22	2	3	4	3	12	4	5	3	3	3	3	5	26
223.	4	3	3	2	3	5	20	2	3	4	2	11	2	3	2	4	4	2	4	21
224.	4	5	3	4	4	4	24	5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	4	4	28
225.	3	4	5	5	3	5	25	5	4	5	5	19	3	5	3	5	5	3	5	29
226.	5	4	4	5	5	4	27	5	5	4	5	19	4	4	4	4	4	3	4	27
227.	4	5	4	1	2	4	20	5	5	5	2	17	2	5	4	2	3	2	4	22
228.	2	4	4	4	3	5	22	3	4	5	4	16	4	3	4	5	4	4	4	28
229.	1	2	2	1	3	4	13	2	4	5	3	14	4	4	4	3	3	4	4	26
230.	3	4	4	4	4	5	24	2	4	3	4	13	4	3	5	4	4	3	4	27
231.	4	4	5	4	3	5	25	4	4	5	5	18	4	4	4	4	3	4	4	27
232.	3	4	5	4	5	3	24	3	4	5	3	15	4	4	4	4	4	4	4	28
233.	3	4	3	3	3	4	20	5	4	4	4	17	4	5	4	3	3	4	4	27
234.	4	5	4	2	2	4	21	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	4	4	28
235.	3	4	4	4	3	3	21	3	4	4	3	14	3	3	3	3	4	3	3	22
236.	2	4	3	3	4	4	20	4	5	3	2	14	4	5	3	3	2	3	4	24
237.	2	4	2	2	2	2	14	3	4	5	2	14	2	4	3	2	3	3	4	21
238.	5	4	5	5	4	4	27	5	4	4	5	18	4	5	4	4	5	4	4	30

239.	5	5	5	4	4	5	28	4	5	5	4	18	5	5	4	3	4	4	5	30
240.	4	5	5	5	5	5	29	4	4	5	5	18	5	5	5	4	5	5	5	34
241.	3	4	5	3	2	5	22	5	4	5	3	17	4	5	4	4	4	2	5	28
242.	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	28
243.	2	4	1	2	3	4	16	2	4	4	3	13	4	3	4	3	3	4	5	26
244.	5	5	4	4	5	4	27	5	5	4	3	17	4	4	4	5	3	4	5	29
245.	4	4	5	5	3	4	25	5	4	5	4	18	2	2	2	3	2	4	4	19
246.	4	4	2	2	4	4	20	5	4	5	3	17	4	4	4	2	2	4	4	24
247.	2	5	4	1	2	4	18	5	3	5	4	17	2	5	2	2	3	1	5	20
248.	3	4	4	2	2	4	19	3	4	4	4	15	2	4	4	4	4	3	4	25
249.	2	1	2	2	4	4	15	5	5	5	5	20	2	1	3	2	4	4	5	21
250.	3	5	4	2	3	5	22	2	3	5	4	14	5	3	2	4	2	4	5	25
251.	4	5	5	5	4	5	28	5	4	4	4	17	4	4	5	4	5	4	4	30
252.	4	4	5	5	4	5	27	4	4	5	3	16	4	4	5	5	4	4	5	31
253.	3	4	4	2	4	4	21	4	4	5	4	17	4	4	4	3	4	4	4	27
254.	4	5	5	4	2	3	23	5	5	4	5	19	3	4	4	3	5	2	3	24
255.	3	4	5	5	5	3	25	5	5	5	4	19	3	5	4	3	5	5	4	29
256.	4	5	5	4	4	5	27	5	4	4	5	18	4	5	4	5	4	4	4	30
257.	4	4	5	3	4	4	24	3	4	4	4	15	3	4	3	4	4	3	4	25
258.	4	4	5	3	4	5	25	4	2	2	3	11	4	4	5	5	4	4	5	31
259.	4	5	5	4	4	5	27	5	4	5	5	19	4	4	5	5	4	4	5	31
260.	4	3	3	2	2	3	17	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	3	4	26

261.	1	2	2	4	2	2	13	5	3	2	3	13	5	4	2	3	2	2	3	21
262.	5	4	5	4	5	4	27	5	4	4	5	18	4	5	4	5	4	5	4	31
263.	1	2	2	2	4	5	16	2	5	4	5	16	2	5	2	2	2	1	5	19
264.	4	2	2	2	4	3	17	2	3	3	4	12	3	4	4	2	2	2	5	22
265.	4	4	5	5	4	3	25	3	4	4	4	15	5	4	5	4	4	4	4	30
266.	5	4	2	2	2	4	19	1	4	5	5	15	3	5	4	2	5	2	5	26
267.	4	3	5	4	4	4	24	5	4	4	5	18	3	5	4	3	2	2	4	23
268.	1	4	3	3	4	5	20	3	5	3	4	15	5	4	4	3	3	4	5	28
269.	3	4	3	2	4	4	20	3	4	5	3	15	3	5	4	3	4	2	4	25
270.	4	5	5	4	5	5	28	5	5	4	5	19	4	5	5	4	5	5	5	33
271.	3	4	1	2	4	4	18	5	5	4	4	18	3	4	4	3	3	3	4	24
272.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	4	5	4	3	4	3	3	26
273.	2	3	3	2	2	3	15	3	4	3	4	14	4	4	3	3	3	2	4	23
274.	3	5	4	2	3	4	21	5	5	5	5	20	4	4	3	4	4	2	4	25
275.	5	4	3	4	2	4	22	5	4	4	4	17	4	5	5	5	4	5	4	32
276.	3	5	3	3	4	4	22	4	5	5	5	19	4	5	5	4	3	3	5	29
277.	3	4	4	2	4	5	22	5	5	5	3	18	4	3	4	3	3	3	5	25
278.	5	4	4	5	4	5	27	2	4	5	4	15	4	5	5	4	5	4	4	31
279.	4	5	5	4	4	5	27	1	2	3	4	10	5	4	4	5	5	4	5	32
280.	3	3	3	3	2	3	17	5	5	5	4	19	3	3	3	3	3	3	3	21
281.	4	3	4	2	1	3	17	2	2	5	2	11	4	5	4	2	1	4	5	25
282.	2	4	3	3	2	3	17	5	4	4	4	17	2	4	4	3	3	3	3	22

283.	4	4	3	5	5	4	25	5	5	4	5	19	5	4	4	4	5	5	4	31
284.	4	4	4	2	4	5	23	4	5	3	4	16	3	5	4	3	4	4	5	28
285.	4	4	3	3	3	4	21	3	4	4	3	14	3	4	3	3	3	3	4	23
286.	3	5	4	4	3	5	24	5	4	5	5	19	3	5	4	5	5	4	5	31
287.	4	4	3	2	4	3	20	5	4	5	5	19	3	3	3	3	3	4	3	22
288.	3	4	3	2	2	4	18	2	4	3	3	12	3	4	4	3	2	5	4	25
289.	4	3	2	1	4	3	17	5	4	5	5	19	4	3	5	4	3	5	4	28
290.	2	5	3	2	2	3	17	5	5	5	3	18	2	5	4	4	4	2	4	25
291.	2	4	4	2	3	4	19	3	4	4	3	14	3	4	4	3	4	3	4	25
292.	2	2	4	4	3	4	19	5	5	4	4	18	2	5	4	4	2	4	5	26
293.	2	2	1	2	1	4	12	3	5	4	4	16	4	3	4	1	1	1	5	19
294.	3	4	3	3	3	4	20	4	5	4	4	17	4	4	4	3	4	4	3	26
295.	5	4	5	5	4	5	28	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	5	5	35
296.	3	3	3	3	3	3	18	2	3	4	3	12	3	3	3	3	3	3	3	21
297.	2	3	2	3	3	3	16	2	4	2	4	12	2	3	3	2	3	2	3	18
298.	2	4	4	5	1	4	20	5	5	4	4	18	5	3	4	4	4	4	4	28
299.	2	2	3	3	2	3	15	5	4	5	4	18	3	4	2	2	3	2	3	19
300.	3	4	3	3	4	3	20	2	4	3	4	13	4	5	4	2	3	2	2	22
301.	4	4	4	2	1	5	20	2	3	4	3	12	2	4	5	5	4	4	4	28
302.	2	3	4	2	2	3	16	5	4	4	5	18	2	4	3	3	4	4	4	24
303.	2	4	3	2	1	4	16	5	5	4	5	19	2	4	4	3	2	1	4	20
304.	3	4	4	4	5	4	24	5	5	5	4	19	4	4	5	3	4	4	5	29

305.	5	4	3	4	2	5	23	2	3	3	2	10	2	4	3	4	4	2	4	23
306.	4	4	4	4	5	4	25	2	3	3	4	12	3	5	3	2	3	4	5	25
307.	2	4	4	3	4	4	21	5	5	5	4	19	3	4	3	4	3	4	4	25
308.	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	14	4	4	4	4	4	4	4	28
309.	2	4	3	2	1	4	16	4	4	5	5	18	2	5	3	3	3	1	5	22
310.	3	5	5	3	2	4	22	5	5	5	4	19	3	5	3	4	4	3	4	26
311.	4	3	2	4	2	3	18	2	4	3	2	11	3	4	3	2	3	2	3	20
312.	4	5	5	4	4	4	26	5	5	4	5	19	4	5	5	4	4	4	5	31
313.	4	4	3	3	3	4	21	2	3	3	4	12	4	4	4	4	4	3	4	27
314.	3	5	4	3	3	4	22	5	5	4	5	19	2	3	3	2	4	3	4	21
315.	5	5	4	4	4	5	27	5	5	5	4	19	5	5	5	4	4	5	5	33
316.	5	5	4	5	4	4	27	5	4	5	5	19	4	5	4	4	5	4	4	30
317.	5	4	4	5	4	5	27	5	5	3	4	17	5	5	4	4	5	5	4	32
318.	5	4	3	4	4	4	24	5	4	5	5	19	4	4	4	5	5	5	5	32
319.	4	4	2	3	2	1	16	5	5	4	4	18	5	4	4	5	4	5	4	31
320.	4	3	4	4	5	4	24	5	5	4	4	18	5	5	4	5	4	4	5	32
321.	2	4	3	3	1	4	17	2	3	4	2	11	2	5	3	4	3	2	4	23
322.	1	5	5	5	5	5	26	5	3	4	5	17	5	5	5	5	5	5	5	35
323.	3	5	5	4	4	5	26	5	4	4	5	18	4	4	4	4	4	4	4	28
324.	4	4	4	4	4	4	24	2	3	3	4	12	4	4	4	4	4	4	4	28
325.	4	3	5	4	5	5	26	5	5	4	5	19	5	4	5	5	4	4	5	32
326.	5	5	4	5	4	4	27	5	4	5	4	18	4	5	4	5	4	5	5	32

327.	4	3	4	5	4	4	24	5	4	5	5	19	4	5	4	5	4	4	5	31
328.	5	5	4	5	4	4	27	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	5	5	35
329.	5	4	5	5	5	5	29	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	5	35
330.	2	2	1	2	3	4	14	5	4	5	5	19	5	4	3	4	5	5	4	30
331.	4	5	4	4	5	5	27	5	5	4	4	18	5	4	5	4	5	4	4	31
332.	4	4	4	3	5	4	24	5	3	4	4	16	4	3	5	5	4	4	5	30
333.	5	5	4	5	4	4	27	5	4	5	5	19	3	4	4	5	4	5	5	30
334.	4	4	5	4	2	4	23	5	4	5	4	18	3	4	4	3	3	2	3	22
335.	3	4	3	4	3	4	21	5	5	4	5	19	4	5	4	4	5	4	4	30
336.	4	3	4	2	2	4	19	1	2	2	4	9	5	5	4	5	4	4	5	32
337.	1	2	2	1	3	4	13	5	5	4	5	19	5	4	5	3	4	5	4	30
338.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	5	35
339.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	5	5	35
340.	4	5	4	4	5	5	27	5	4	5	5	19	5	4	5	5	4	5	5	33
341.	4	5	5	4	4	5	27	5	5	4	5	19	4	5	5	5	5	4	5	33
342.	4	3	4	5	4	5	25	5	4	5	4	18	4	5	4	5	4	4	5	31
343.	4	3	4	5	5	4	25	2	2	4	4	12	5	4	5	5	4	5	4	32
344.	4	4	5	4	5	4	26	5	5	5	4	19	5	4	5	4	5	5	4	32
345.	2	1	2	3	1	2	11	2	3	4	2	11	2	5	5	4	5	5	4	30
346.	5	4	5	5	4	4	27	5	4	5	5	19	4	4	5	5	5	5	5	33
347.	5	5	5	5	4	5	29	5	5	4	3	17	5	5	4	5	5	5	5	34
348.	4	5	3	3	3	5	23	5	4	5	5	19	3	4	5	3	3	2	5	25

349.	5	4	4	5	4	5	27	5	4	4	5	18	4	5	4	4	5	5	4	31
350.	4	5	4	4	5	4	26	5	5	5	4	19	5	5	4	4	5	5	4	32
351.	4	4	3	4	5	5	25	2	3	4	3	12	5	5	4	2	4	5	5	30
352.	4	3	4	4	5	4	24	5	4	5	4	18	4	5	4	5	4	4	5	31
353.	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	5	35
354.	2	5	4	2	1	3	17	2	4	3	2	11	2	5	4	2	3	2	5	23
355.	4	5	5	5	4	5	28	5	4	4	5	18	4	5	5	4	4	2	3	27
356.	4	5	5	4	3	4	25	5	5	5	4	19	4	5	4	4	4	3	5	29
357.	2	4	4	2	4	5	21	5	4	5	4	18	2	5	4	4	4	5	5	29
358.	4	4	5	4	5	5	27	5	5	4	5	19	4	5	4	5	5	4	4	31
359.	5	5	1	5	3	5	24	5	4	5	4	18	5	5	5	5	5	5	5	35
360.	2	4	4	3	2	1	16	3	5	2	4	14	4	5	4	3	3	4	4	27
361.	5	4	4	5	4	5	27	5	4	5	5	19	5	5	4	5	4	4	5	32
362.	2	5	5	2	1	4	19	2	4	3	2	11	4	5	5	2	5	2	5	28
363.	2	3	4	3	5	4	21	5	4	5	5	19	3	5	4	3	3	3	5	26
364.	5	4	4	5	5	5	28	5	4	5	5	19	5	5	5	4	4	4	5	32
365.	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	5	5	35
366.	5	5	5	3	3	3	24	5	5	4	5	19	3	4	5	4	3	4	5	28
367.	4	5	4	4	5	4	26	5	4	5	5	19	5	4	5	4	5	5	5	33
368.	4	4	4	4	3	5	24	5	4	5	4	18	4	5	4	4	3	4	4	28
369.	3	4	4	3	3	4	21	5	4	5	4	18	3	4	4	4	4	3	4	26
370.	4	5	4	4	3	5	25	5	5	4	5	19	4	5	5	3	3	3	5	28

371.	3	4	3	3	3	2	18	5	5	4	5	19	3	4	4	3	4	3	3	24
372.	5	5	4	4	5	5	28	4	4	5	4	17	4	4	5	4	4	5	4	30
373.	5	4	5	5	3	4	26	5	4	5	4	18	4	5	4	4	5	2	5	29
374.	4	5	4	3	5	4	25	5	4	5	5	19	4	5	4	3	4	3	5	28
375.	4	4	5	4	5	4	26	5	5	4	5	19	5	4	5	3	5	4	5	31
376.	1	4	4	3	3	5	20	5	4	5	5	19	4	5	4	3	3	3	4	26
377.	5	5	4	5	4	4	27	5	5	4	5	19	3	5	4	4	5	4	5	30
378.	3	4	4	3	4	5	23	5	4	5	4	18	3	5	4	3	4	3	5	27
379.	4	5	4	4	5	5	27	1	2	3	3	9	3	5	4	4	4	4	4	28
380.	5	5	5	4	5	5	29	3	5	4	4	16	5	5	5	4	4	5	5	33
381.	4	4	4	5	5	5	27	5	4	5	5	19	4	5	5	4	4	4	4	30
382.	3	5	3	3	3	5	22	5	5	4	4	18	3	5	5	3	3	4	5	28
383.	5	4	4	5	5	4	27	5	4	4	5	18	3	4	4	5	4	5	5	30
384.	3	4	4	4	3	5	23	3	4	3	4	14	3	5	4	4	3	3	4	26

Lanjutan

NO	Y						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
1.	4	4	5	4	4	5	26
2.	4	4	5	4	4	5	26
3.	3	4	4	4	4	4	23
4.	4	5	4	5	4	4	26
5.	5	4	4	5	5	4	27
6.	4	5	4	4	2	4	23
7.	5	5	4	5	4	4	27
8.	5	4	5	5	4	5	28
9.	2	4	4	5	4	5	24
10.	4	3	2	4	4	5	22
11.	3	4	5	4	3	3	22
12.	1	1	1	1	1	1	6
13.	4	4	5	4	4	5	26
14.	5	4	5	5	4	5	28
15.	4	5	5	4	5	4	27
16.	4	4	5	4	4	5	26
17.	4	3	4	3	2	4	20
18.	2	3	3	2	1	3	14
19.	3	4	3	3	3	4	20
20.	4	4	3	2	4	5	22
21.	4	5	4	2	4	4	23
22.	5	5	4	3	4	5	26
23.	4	4	5	5	4	5	27
24.	2	1	4	2	3	2	14
25.	3	4	5	4	2	4	22
26.	2	4	3	3	3	3	18
27.	3	3	3	3	3	4	19
28.	3	3	3	2	1	2	14
29.	2	3	3	2	2	2	14
30.	5	5	4	4	5	4	27
31.	3	5	4	3	3	4	22
32.	1	2	4	4	3	3	17

33.	2	3	2	2	2	2	13
34.	3	4	3	2	2	2	16
35.	3	3	3	3	3	5	20
36.	2	3	3	2	2	3	15
37.	4	5	5	4	4	5	27
38.	3	3	3	3	3	3	18
39.	2	4	2	4	4	5	21
40.	1	5	5	1	1	5	18
41.	4	4	3	2	2	2	17
42.	2	3	3	2	3	3	16
43.	2	2	1	2	2	4	13
44.	4	5	4	4	5	4	26
45.	5	4	3	4	5	5	26
46.	5	4	4	5	4	4	26
47.	2	2	4	4	5	4	21
48.	2	4	4	4	4	5	23
49.	2	3	2	3	2	3	15
50.	3	4	3	2	2	3	17
51.	2	1	3	4	4	4	18
52.	4	5	4	5	5	4	27
53.	4	4	4	4	4	5	25
54.	3	4	5	4	4	4	24
55.	1	1	2	2	2	2	10
56.	2	3	2	2	3	3	15
57.	3	3	2	1	1	1	11
58.	1	4	5	1	4	1	16
59.	1	1	3	1	1	3	10
60.	1	2	4	3	3	3	16
61.	4	5	4	5	5	4	27
62.	3	3	4	3	3	3	19
63.	3	2	3	4	1	1	14
64.	4	4	5	4	5	5	27
65.	4	5	3	4	5	4	25
66.	2	4	5	4	2	5	22
67.	5	4	4	5	4	4	26
68.	5	5	4	5	5	5	29

69.	3	2	4	3	3	3	18
70.	4	5	4	4	5	4	26
71.	2	3	4	4	3	5	21
72.	5	4	3	5	4	4	25
73.	4	4	5	5	3	4	25
74.	4	4	5	4	5	5	27
75.	3	4	5	4	4	5	25
76.	4	5	4	4	5	3	25
77.	2	2	4	4	4	5	21
78.	4	5	4	4	5	4	26
79.	4	3	3	1	3	4	18
80.	3	2	4	3	3	3	18
81.	3	3	3	3	3	3	18
82.	5	4	4	5	5	4	27
83.	4	5	5	5	4	4	27
84.	3	4	4	5	4	5	25
85.	4	5	5	5	4	4	27
86.	3	4	4	2	2	4	19
87.	5	5	4	5	4	4	27
88.	4	4	5	4	5	5	27
89.	3	3	4	3	3	4	20
90.	3	4	5	3	4	4	23
91.	4	2	4	4	2	4	20
92.	4	5	4	4	5	4	26
93.	5	5	4	4	5	4	27
94.	2	4	2	2	4	4	18
95.	2	3	3	1	2	2	13
96.	5	5	5	4	5	3	27
97.	2	3	4	2	2	3	16
98.	5	5	4	5	4	4	27
99.	5	5	5	4	5	5	29
100.	4	4	5	4	5	5	27
101.	4	5	5	4	5	3	26
102.	2	2	3	2	2	2	13
103.	4	5	4	5	2	4	24
104.	4	3	4	3	2	4	20

105.	2	1	4	2	3	4	16
106.	4	3	5	4	4	4	24
107.	5	4	4	5	4	5	27
108.	4	5	5	4	3	5	26
109.	2	4	3	3	2	2	16
110.	3	2	2	2	3	3	15
111.	3	3	4	3	3	4	20
112.	2	5	4	3	4	3	21
113.	4	5	5	4	5	2	25
114.	1	2	4	1	4	4	16
115.	3	4	4	3	4	5	23
116.	2	4	4	2	3	3	18
117.	5	5	4	4	5	4	27
118.	3	3	4	2	2	2	16
119.	5	4	5	4	5	5	28
120.	2	4	5	4	5	4	24
121.	3	2	3	3	3	3	17
122.	2	2	4	3	5	2	18
123.	3	5	4	5	4	5	26
124.	3	4	5	5	4	5	26
125.	1	3	4	5	2	4	19
126.	2	4	3	2	1	2	14
127.	5	4	4	5	5	4	27
128.	1	3	3	3	4	3	17
129.	3	3	2	2	1	1	12
130.	1	1	4	2	2	2	12
131.	5	5	4	5	5	5	29
132.	5	4	4	3	4	5	25
133.	5	5	4	5	5	4	28
134.	3	3	2	2	2	2	14
135.	5	4	5	4	4	5	27
136.	5	4	4	5	5	4	27
137.	3	4	3	4	3	5	22
138.	2	3	4	2	2	3	16
139.	1	4	2	2	1	1	11
140.	2	2	4	5	4	4	21

141.	4	4	5	1	2	4	20
142.	1	2	3	1	1	1	9
143.	1	1	2	1	1	1	7
144.	4	5	5	4	5	5	28
145.	2	4	5	4	5	5	25
146.	5	5	4	4	5	4	27
147.	3	3	4	2	5	4	21
148.	3	4	4	2	3	4	20
149.	1	3	5	1	4	5	19
150.	4	3	4	4	5	4	24
151.	5	5	4	3	2	4	23
152.	4	3	4	4	3	4	22
153.	5	4	4	5	4	4	26
154.	3	3	2	2	2	2	14
155.	2	3	4	4	3	4	20
156.	4	4	5	2	4	2	21
157.	5	5	4	5	4	5	28
158.	2	3	4	2	2	2	15
159.	2	4	3	2	2	3	16
160.	1	2	5	2	4	4	18
161.	4	4	5	4	5	5	27
162.	2	4	4	4	4	4	22
163.	5	1	4	2	1	5	18
164.	1	3	3	2	2	3	14
165.	1	2	4	4	4	5	20
166.	2	5	4	2	1	2	16
167.	2	2	1	1	1	1	8
168.	4	5	3	2	1	2	17
169.	2	4	4	2	4	4	20
170.	4	5	4	4	2	4	23
171.	4	5	4	5	4	4	26
172.	4	5	5	4	4	5	27
173.	5	5	5	1	1	4	21
174.	4	3	4	5	4	4	24
175.	5	5	5	3	5	5	28
176.	4	4	5	4	5	5	27

177.	5	4	4	2	5	5	25
178.	2	4	5	3	3	4	21
179.	3	4	4	4	3	3	21
180.	1	1	5	1	1	1	10
181.	2	4	5	4	3	4	22
182.	4	5	4	5	4	5	27
183.	4	5	5	4	4	5	27
184.	4	4	5	5	5	5	28
185.	2	4	5	4	3	4	22
186.	5	5	4	4	5	5	28
187.	5	4	4	2	4	4	23
188.	4	4	5	4	4	4	25
189.	5	4	4	5	5	4	27
190.	4	5	4	4	5	5	27
191.	4	5	4	3	4	4	24
192.	4	4	4	4	4	4	24
193.	3	5	5	5	5	5	28
194.	2	2	4	2	2	2	14
195.	4	3	3	5	4	4	23
196.	4	4	3	4	5	4	24
197.	2	4	3	3	3	3	18
198.	2	3	3	3	2	5	18
199.	2	2	3	2	2	4	15
200.	4	5	5	4	5	4	27
201.	3	3	3	3	3	3	18
202.	4	3	4	4	4	5	24
203.	4	4	5	2	4	4	23
204.	4	2	2	2	2	2	14
205.	2	2	3	2	3	3	15
206.	2	2	4	1	2	2	13
207.	1	2	4	2	1	1	11
208.	2	2	4	3	3	3	17
209.	4	5	4	2	2	4	21
210.	2	4	3	2	2	2	15
211.	2	2	4	2	2	2	14
212.	4	4	4	3	2	4	21

213.	1	2	3	1	3	3	13
214.	5	4	4	5	5	4	27
215.	3	3	4	3	2	2	17
216.	3	4	3	4	3	4	21
217.	4	4	4	2	2	2	18
218.	2	3	4	3	1	5	18
219.	1	3	3	2	3	3	15
220.	5	4	4	1	4	2	20
221.	2	4	2	2	1	1	12
222.	3	3	3	3	3	3	18
223.	1	1	4	2	4	3	15
224.	3	5	4	3	3	4	22
225.	3	4	4	4	2	3	20
226.	3	5	4	4	3	3	22
227.	1	1	2	1	1	1	7
228.	3	4	4	4	3	5	23
229.	3	4	2	3	1	4	17
230.	2	3	4	5	3	4	21
231.	2	2	4	3	3	3	17
232.	4	4	4	4	3	3	22
233.	2	3	4	3	2	3	17
234.	4	4	4	4	4	4	24
235.	3	4	3	3	3	4	20
236.	2	2	4	3	3	5	19
237.	2	2	3	2	2	1	12
238.	5	4	5	5	5	4	28
239.	4	4	4	4	4	4	24
240.	3	4	5	4	3	5	24
241.	3	4	5	3	3	5	23
242.	4	4	4	4	4	4	24
243.	2	4	3	4	3	3	19
244.	2	4	3	4	5	4	22
245.	4	2	2	5	4	5	22
246.	1	4	4	3	2	4	18
247.	2	1	4	1	3	2	13
248.	2	3	4	2	4	4	19

249.	4	2	4	2	1	4	17
250.	2	3	5	4	3	2	19
251.	4	5	4	4	4	5	26
252.	4	4	4	4	4	4	24
253.	4	4	4	4	4	4	24
254.	3	4	4	2	3	2	18
255.	5	4	4	5	4	4	26
256.	5	4	4	4	5	4	26
257.	3	4	4	2	3	2	18
258.	2	1	4	4	5	4	20
259.	4	4	5	4	5	5	27
260.	2	3	4	3	2	3	17
261.	2	3	1	2	2	2	12
262.	5	4	5	4	5	4	27
263.	2	4	2	2	2	3	15
264.	1	1	3	3	3	3	14
265.	4	5	5	4	4	5	27
266.	1	1	3	1	1	2	9
267.	2	3	4	1	4	2	16
268.	3	4	4	4	3	5	23
269.	3	4	3	2	2	4	18
270.	4	4	5	5	4	4	26
271.	1	3	4	3	3	4	18
272.	5	3	4	1	2	2	17
273.	2	3	3	2	3	2	15
274.	3	4	3	2	2	3	17
275.	4	4	4	4	4	4	24
276.	3	3	3	3	3	5	20
277.	2	2	5	1	1	2	13
278.	2	5	5	4	5	4	25
279.	5	4	4	5	5	4	27
280.	3	3	3	3	3	3	18
281.	5	4	5	2	5	4	25
282.	2	3	3	2	3	2	15
283.	5	5	4	4	5	2	25
284.	3	3	4	3	3	4	20

285.	3	3	3	3	3	3	18
286.	2	4	5	4	5	4	24
287.	2	3	3	2	2	3	15
288.	2	3	4	4	3	1	17
289.	3	5	4	3	5	4	24
290.	2	2	4	2	3	3	16
291.	2	2	4	2	2	4	16
292.	1	2	3	4	2	3	15
293.	1	1	1	1	1	1	6
294.	3	4	4	3	2	3	19
295.	4	5	4	5	5	5	28
296.	3	3	3	3	3	3	18
297.	3	3	3	2	2	3	16
298.	2	3	4	2	2	2	15
299.	2	3	3	2	2	3	15
300.	1	2	3	3	4	4	17
301.	2	4	4	4	3	4	21
302.	2	3	2	3	2	3	15
303.	2	2	4	1	2	3	14
304.	4	2	3	3	3	4	19
305.	3	4	3	2	1	4	17
306.	3	2	2	2	2	3	14
307.	2	2	3	2	2	2	13
308.	4	4	4	4	4	4	24
309.	1	3	2	1	1	3	11
310.	1	3	4	3	3	2	16
311.	3	3	3	2	3	2	16
312.	4	5	5	4	4	4	26
313.	3	4	4	3	3	3	20
314.	3	4	3	2	3	3	18
315.	4	4	5	5	5	4	27
316.	5	5	4	5	5	4	28
317.	5	4	4	5	5	4	27
318.	4	5	4	4	2	5	24
319.	4	5	4	5	5	4	27
320.	4	5	5	4	5	5	28

321.	2	2	4	1	1	4	14
322.	5	5	5	5	5	5	30
323.	3	3	4	4	4	4	22
324.	4	4	4	4	4	4	24
325.	4	5	4	4	5	4	26
326.	4	4	5	5	4	5	27
327.	5	4	4	5	4	5	27
328.	5	5	5	5	5	3	28
329.	5	5	5	5	5	5	30
330.	3	4	5	5	4	4	25
331.	1	5	4	5	5	4	24
332.	4	3	4	4	5	4	24
333.	4	4	5	4	5	5	27
334.	3	3	3	2	2	1	14
335.	4	4	4	3	4	4	23
336.	4	3	4	4	5	4	24
337.	4	5	4	5	5	4	27
338.	5	5	5	5	5	5	30
339.	5	5	5	5	5	5	30
340.	4	4	4	5	4	5	26
341.	5	5	5	4	4	4	27
342.	5	3	4	5	4	3	24
343.	2	2	4	3	4	5	20
344.	5	4	4	5	5	4	27
345.	2	3	4	5	5	4	23
346.	5	5	5	5	5	5	30
347.	5	5	5	5	5	5	30
348.	3	2	3	2	3	2	15
349.	5	5	4	5	4	4	27
350.	5	4	4	5	4	5	27
351.	2	4	5	4	2	4	21
352.	4	5	5	4	5	5	28
353.	5	5	5	5	5	5	30
354.	3	2	3	2	3	2	15
355.	4	4	4	1	5	4	22
356.	2	4	4	2	4	4	20

357.	1	1	5	5	5	5	22
358.	5	5	5	4	5	5	29
359.	5	5	4	5	5	5	29
360.	1	4	3	2	3	2	15
361.	4	5	5	4	5	4	27
362.	2	4	4	4	2	4	20
363.	1	4	5	1	4	5	20
364.	5	3	5	5	4	4	26
365.	3	4	5	4	4	5	25
366.	5	3	4	3	3	3	21
367.	5	5	4	5	4	5	28
368.	3	3	4	4	4	4	22
369.	4	4	3	3	3	3	20
370.	3	3	2	1	1	2	12
371.	3	4	3	3	2	2	17
372.	2	4	4	5	4	4	23
373.	2	3	5	1	2	2	15
374.	3	5	4	3	5	3	23
375.	5	4	5	5	5	4	28
376.	4	5	4	2	3	3	21
377.	2	4	4	3	4	4	21
378.	1	4	3	2	3	4	17
379.	5	4	5	5	4	5	28
380.	4	4	5	4	4	5	26
381.	4	4	5	5	4	4	26
382.	1	5	4	4	3	5	22
383.	5	5	4	5	5	4	28
384.	2	3	4	3	2	2	16

Lampiran 4 : Tabulasi Data Yang Telah Diubah Menggunakan MSI

NO	X1						TOTAL	X2				TOTAL	X3							TOTAL
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	4		1	2	3	4	5	6	7	
1.	3,403	4,812	4,425	3,547	4,355	4,569	25,111	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	3,708	4,730	4,219	3,733	3,545	4,519	5,019	29,472
2.	3,403	4,812	3,291	4,536	4,355	3,294	23,691	2,939	4,824	4,152	2,497	14,411	3,708	4,730	4,219	4,828	3,545	3,403	5,019	29,452
3.	4,554	3,509	3,291	4,536	3,292	3,294	22,476	4,037	2,551	2,842	4,765	14,194	3,708	4,730	2,927	4,828	2,616	3,403	5,019	27,231
4.	3,403	4,812	3,291	3,547	4,355	3,294	22,702	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	4,730	4,219	3,733	3,545	4,519	5,019	29,472
5.	3,403	4,812	4,425	3,547	4,355	4,569	25,111	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	3,708	3,395	4,219	4,828	3,545	4,519	3,630	27,845
6.	4,554	3,509	3,291	4,536	3,292	4,569	23,751	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	3,708	3,395	2,927	3,733	3,545	2,646	3,630	23,584
7.	3,403	4,812	2,475	3,547	1,933	4,569	20,739	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	4,832	3,395	1,885	3,733	3,545	4,519	3,630	25,539
8.	3,403	3,509	2,475	3,547	1,933	3,294	18,161	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	4,730	2,927	4,828	4,716	3,403	3,630	27,942
9.	3,403	4,812	2,475	2,100	3,292	4,569	20,651	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	2,875	3,395	2,927	2,861	4,716	3,403	5,019	25,196
10.	2,639	3,509	1,810	1,000	2,583	3,294	14,836	1,000	2,551	1,000	3,465	8,015	2,079	3,395	4,219	2,861	1,000	2,646	3,630	19,832
11.	3,403	4,812	3,291	4,536	3,292	4,569	23,903	4,037	4,824	1,849	3,465	14,174	3,708	4,730	2,927	4,828	3,545	3,403	5,019	28,159
12.	3,403	4,812	4,425	2,100	1,000	4,569	20,309	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	4,730	4,219	1,000	1,841	1,000	3,630	20,128
13.	4,554	3,509	3,291	4,536	4,355	3,294	23,539	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	4,832	3,395	4,219	3,733	2,616	4,519	5,019	28,333
14.	4,554	3,509	3,291	4,536	3,292	4,569	23,751	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	4,832	3,395	2,927	4,828	3,545	3,403	3,630	26,560
15.	2,639	3,509	4,425	3,547	4,355	4,569	23,044	1,000	2,551	2,842	2,497	8,890	4,832	4,730	1,885	3,733	3,545	4,519	3,630	26,874
16.	4,554	3,509	3,291	4,536	4,355	3,294	23,539	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	4,832	3,395	4,219	2,861	3,545	4,519	5,019	28,390

17.	2,639	3,509	3,291	2,868	2,583	3,294	18,184	1,956	2,551	2,842	2,497	9,845	2,875	3,395	4,219	4,828	3,545	2,646	5,019	26,528
18.	1,000	3,509	2,475	2,100	1,000	4,569	14,653	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	2,079	3,395	4,219	3,733	1,841	1,971	3,630	20,869
19.	3,403	3,509	4,425	3,547	3,292	4,569	22,745	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	3,395	1,885	4,828	3,545	2,646	3,630	23,638
20.	2,639	4,812	3,291	2,868	1,933	2,355	17,898	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	2,875	3,395	2,927	4,828	3,545	2,646	3,630	23,847
21.	3,403	3,509	4,425	3,547	4,355	4,569	23,808	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	4,832	3,395	2,927	2,007	3,545	1,000	3,630	21,336
22.	1,995	4,812	3,291	3,547	2,583	4,569	20,797	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	3,708	3,395	2,927	3,733	3,545	2,646	3,630	23,584
23.	1,995	3,509	2,475	2,868	2,583	3,294	16,724	1,956	2,551	2,842	2,497	9,845	2,079	3,395	2,927	3,733	2,616	3,403	3,630	21,784
24.	1,995	3,509	1,810	1,000	1,933	3,294	13,542	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	2,875	3,395	4,219	3,733	1,841	1,000	3,630	20,694
25.	3,403	3,509	1,810	1,000	1,933	3,294	14,950	1,956	3,523	1,849	3,465	10,793	4,832	3,395	2,927	4,828	1,841	1,971	3,630	23,423
26.	3,403	3,509	4,425	2,868	3,292	2,355	19,852	1,956	2,551	2,842	2,497	9,845	2,079	3,395	2,927	2,007	2,616	2,646	3,630	19,301
27.	2,639	3,509	2,475	2,868	2,583	3,294	17,368	4,037	3,523	1,849	2,497	11,906	2,875	3,395	2,927	2,861	2,616	3,403	3,630	21,708
28.	1,995	2,516	3,291	2,868	1,933	2,355	14,958	2,512	1,844	2,842	2,497	9,695	2,875	3,395	2,927	2,861	2,616	1,971	3,630	20,276
29.	1,995	2,516	2,475	2,868	1,933	2,355	14,142	1,000	2,551	2,842	1,840	8,232	2,875	1,000	1,000	2,861	3,545	3,403	3,630	18,315
30.	3,403	3,509	4,425	4,536	3,292	3,294	22,460	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	4,832	4,730	1,885	3,733	4,716	3,403	3,630	26,929
31.	3,403	3,509	4,425	2,868	3,292	3,294	20,791	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	3,708	4,730	4,219	3,733	3,545	4,519	3,630	28,084
32.	2,639	3,509	3,291	2,868	2,583	3,294	18,184	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	3,395	2,927	2,861	2,616	2,646	3,630	21,784
33.	1,995	3,509	2,475	2,100	3,292	2,355	15,726	2,939	3,523	4,152	4,765	15,379	2,079	3,395	1,000	2,861	2,616	2,646	2,439	17,037
34.	1,995	2,516	2,475	2,100	1,933	3,294	14,313	2,939	4,824	2,842	3,465	14,069	2,079	3,395	1,885	2,007	1,841	3,403	3,630	18,240
35.	1,995	4,812	4,425	2,868	2,583	2,355	19,038	4,037	4,824	4,152	4,765	17,777	3,708	4,730	2,927	3,733	2,616	3,403	5,019	26,135
36.	3,403	4,812	3,291	3,547	4,355	3,294	22,702	2,939	3,523	2,842	3,465	12,769	2,079	3,395	1,885	2,007	2,616	1,971	3,630	17,584
37.	3,403	4,812	4,425	3,547	3,292	4,569	24,048	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	2,875	4,730	4,219	3,733	4,716	1,971	5,019	27,263

38.	4,554	3,509	3,291	2,868	2,583	3,294	20,098	1,956	3,523	2,842	2,497	10,818	2,875	3,395	1,885	2,861	2,616	2,646	5,019	21,299
39.	3,403	2,516	4,425	2,100	2,583	1,718	16,745	2,512	2,551	1,000	3,465	9,528	2,875	1,722	2,927	2,007	1,000	4,519	2,439	17,488
40.	4,554	3,509	4,425	3,547	3,292	4,569	23,896	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	4,832	3,395	2,927	3,733	4,716	2,646	5,019	27,267
41.	1,995	3,509	2,475	2,100	1,000	1,718	12,797	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	2,079	4,730	2,927	2,861	2,616	3,403	3,630	22,247
42.	1,995	3,509	2,475	2,868	1,933	2,355	15,135	2,512	3,523	2,842	3,465	12,342	2,875	3,395	1,885	2,861	2,616	1,971	3,630	19,235
43.	3,403	4,812	3,291	2,868	3,292	4,569	22,234	2,512	2,551	2,842	2,497	10,402	3,708	3,395	2,927	2,861	4,716	4,519	2,439	24,564
44.	4,554	3,509	2,475	3,547	3,292	4,569	21,946	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	4,832	4,730	2,927	4,828	3,545	3,403	5,019	29,283
45.	3,403	4,812	4,425	3,547	3,292	4,569	24,048	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	3,708	4,730	4,219	2,861	2,616	3,403	5,019	26,556
46.	3,403	4,812	3,291	3,547	4,355	3,294	22,702	4,037	4,824	2,842	2,497	14,199	3,708	4,730	2,927	3,733	4,716	3,403	3,630	26,846
47.	1,995	3,509	2,475	2,100	3,292	4,569	17,940	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	2,875	4,730	2,927	2,861	3,545	1,971	5,019	23,928
48.	3,403	4,812	3,291	2,868	3,292	4,569	22,234	4,037	4,824	4,152	4,765	17,777	4,832	4,730	4,219	3,733	3,545	3,403	5,019	29,480
49.	1,995	2,516	1,810	2,100	1,933	2,355	12,710	2,939	4,824	2,842	3,465	14,069	3,708	3,395	2,927	2,007	2,616	4,519	3,630	22,802
50.	2,639	3,509	2,475	1,000	1,933	3,294	14,850	2,512	3,523	2,842	2,497	11,374	2,875	3,395	1,885	2,861	3,545	1,971	3,630	20,164
51.	4,554	3,509	4,425	4,536	3,292	2,355	22,672	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	2,079	4,730	1,885	2,861	3,545	3,403	5,019	23,523
52.	3,403	2,516	3,291	4,536	4,355	3,294	21,395	2,939	4,824	2,842	2,497	13,102	3,708	4,730	2,927	3,733	4,716	4,519	3,630	27,962
53.	4,554	3,509	1,810	2,100	3,292	4,569	19,835	2,939	3,523	4,152	4,765	15,379	2,079	4,730	4,219	2,861	3,545	3,403	5,019	25,856
54.	2,639	2,516	3,291	3,547	2,583	3,294	17,870	2,512	4,824	1,849	2,497	11,682	2,875	2,399	1,885	2,861	2,616	2,646	2,439	17,722
55.	1,995	3,509	1,810	1,000	1,000	1,718	11,032	2,939	3,523	2,842	1,000	10,304	2,875	3,395	2,927	2,861	1,841	3,403	3,630	20,932
56.	1,995	2,516	1,810	2,100	1,933	2,355	12,710	4,037	4,824	4,152	2,497	15,509	2,875	2,399	2,927	2,861	2,616	1,971	3,630	19,279
57.	3,403	3,509	4,425	2,100	1,000	2,355	16,792	2,939	4,824	1,849	3,465	13,077	2,079	3,395	1,885	2,007	2,616	1,000	3,630	16,614
58.	3,403	4,812	3,291	2,100	1,933	4,569	20,108	4,037	1,844	4,152	4,765	14,797	3,708	1,722	2,927	1,000	4,716	3,403	5,019	22,494

59.	1,995	4,812	3,291	2,100	1,000	4,569	17,767	2,939	2,551	4,152	4,765	14,406	1,000	4,730	1,000	3,733	1,841	1,971	3,630	17,905
60.	4,554	3,509	2,475	2,100	2,583	4,569	19,790	4,037	4,824	4,152	2,497	15,509	2,875	3,395	1,885	2,861	2,616	4,519	5,019	23,171
61.	4,554	4,812	3,291	4,536	3,292	3,294	23,779	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	4,832	3,395	4,219	3,733	3,545	4,519	3,630	27,873
62.	2,639	3,509	2,475	2,868	2,583	3,294	17,368	4,037	3,523	2,842	3,465	13,866	3,708	4,730	1,885	3,733	3,545	4,519	3,630	25,750
63.	4,554	3,509	2,475	3,547	2,583	3,294	19,962	2,939	4,824	2,842	2,497	13,102	2,875	4,730	1,885	2,861	2,616	3,403	5,019	23,390
64.	3,403	4,812	4,425	3,547	3,292	4,569	24,048	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	3,708	2,399	4,219	3,733	4,716	3,403	1,645	23,822
65.	4,554	4,812	3,291	3,547	4,355	3,294	23,853	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	3,708	3,395	2,927	4,828	4,716	3,403	3,630	26,607
66.	1,000	2,516	1,810	1,000	1,933	3,294	11,554	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	2,079	4,730	1,000	1,000	3,545	1,971	3,630	17,956
67.	4,554	4,812	3,291	4,536	2,583	3,294	23,070	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	4,832	4,730	2,927	3,733	4,716	4,519	3,630	29,086
68.	3,403	3,509	3,291	4,536	4,355	3,294	22,388	2,939	4,824	4,152	3,465	15,379	4,832	3,395	4,219	4,828	3,545	4,519	3,630	28,968
69.	2,639	1,840	2,475	2,100	1,933	3,294	14,281	1,000	2,551	2,842	3,465	9,857	2,079	2,399	2,927	2,861	1,841	1,971	1,645	15,722
70.	3,403	3,509	4,425	3,547	4,355	4,569	23,808	2,939	3,523	4,152	3,465	14,079	3,708	2,399	2,927	4,828	3,545	4,519	5,019	26,944
71.	3,403	3,509	2,475	4,536	3,292	4,569	21,784	4,037	3,523	1,849	3,465	12,874	3,708	2,399	4,219	3,733	2,616	3,403	2,439	22,516
72.	4,554	2,516	3,291	4,536	3,292	4,569	22,758	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	3,708	4,730	4,219	3,733	4,716	4,519	3,630	29,255
73.	4,554	3,509	4,425	3,547	3,292	4,569	23,896	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	3,395	4,219	2,861	3,545	4,519	5,019	27,266
74.	3,403	3,509	4,425	3,547	4,355	4,569	23,808	2,939	3,523	4,152	3,465	14,079	4,832	4,730	2,927	3,733	4,716	3,403	5,019	29,358
75.	2,639	3,509	3,291	3,547	4,355	4,569	21,910	1,956	2,551	2,842	3,465	10,813	2,079	3,395	2,927	3,733	3,545	3,403	3,630	22,712
76.	4,554	3,509	3,291	4,536	4,355	3,294	23,539	2,939	4,824	1,849	2,497	12,109	3,708	3,395	1,885	4,828	3,545	4,519	3,630	25,511
77.	2,639	3,509	3,291	2,100	3,292	4,569	19,400	2,512	4,824	4,152	3,465	14,952	4,832	4,730	2,927	2,861	3,545	4,519	5,019	28,432
78.	1,995	1,840	1,000	2,100	1,933	3,294	12,162	4,037	3,523	2,842	1,840	12,241	2,079	3,395	2,927	2,861	3,545	4,519	5,019	24,345
79.	2,639	4,812	3,291	2,100	1,000	4,569	18,411	1,956	4,824	4,152	3,465	14,396	2,875	4,730	4,219	2,861	1,000	1,000	5,019	21,704

80.	2,639	3,509	3,291	2,868	2,583	2,355	17,245	2,512	3,523	2,842	2,497	11,374	2,875	1,722	1,885	2,007	2,616	2,646	2,439	16,191
81.	2,639	2,516	2,475	2,868	2,583	2,355	15,436	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	2,875	2,399	1,885	2,861	2,616	2,646	2,439	17,722
82.	3,403	4,812	3,291	4,536	4,355	3,294	23,691	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	4,832	3,395	4,219	3,733	4,716	3,403	3,630	27,928
83.	3,403	4,812	3,291	3,547	4,355	3,294	22,702	4,037	2,551	2,842	4,765	14,194	3,708	3,395	4,219	4,828	3,545	3,403	5,019	28,117
84.	3,403	4,812	3,291	2,100	3,292	4,569	21,467	2,939	4,824	4,152	3,465	15,379	4,832	4,730	2,927	2,007	3,545	3,403	5,019	26,461
85.	4,554	3,509	4,425	3,547	4,355	4,569	24,959	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	4,832	3,395	2,927	4,828	3,545	4,519	3,630	27,676
86.	2,639	4,812	3,291	2,868	2,583	4,569	20,762	2,939	4,824	4,152	4,765	16,679	3,708	4,730	4,219	2,861	3,545	3,403	5,019	27,485
87.	3,403	4,812	4,425	2,868	3,292	3,294	22,094	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	4,832	3,395	2,927	4,828	4,716	3,403	3,630	27,731
88.	3,403	4,812	4,425	3,547	4,355	3,294	23,836	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	3,708	4,730	2,927	4,828	4,716	3,403	5,019	29,330
89.	2,639	4,812	3,291	2,868	1,933	3,294	18,837	1,956	3,523	1,849	3,465	10,793	2,875	3,395	4,219	2,861	3,545	1,971	3,630	22,497
90.	4,554	3,509	3,291	2,868	3,292	3,294	20,807	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	4,730	2,927	3,733	3,545	2,646	3,630	24,919
91.	1,995	3,509	1,810	2,100	3,292	3,294	16,001	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	3,708	4,730	2,927	3,733	1,841	3,403	3,630	23,971
92.	3,403	4,812	3,291	2,868	3,292	4,569	22,234	2,939	4,824	4,152	3,465	15,379	3,708	4,730	2,927	3,733	4,716	2,646	5,019	27,478
93.	4,554	3,509	3,291	4,536	3,292	4,569	23,751	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	3,395	4,219	3,733	4,716	3,403	3,630	26,804
94.	3,403	3,509	2,475	2,100	3,292	4,569	19,348	2,939	4,824	4,152	3,465	15,379	2,079	4,730	4,219	2,007	3,545	1,971	3,630	22,182
95.	1,995	3,509	2,475	2,100	1,933	2,355	14,367	2,512	4,824	1,849	3,465	12,650	2,875	3,395	2,927	2,861	2,616	1,971	3,630	20,276
96.	3,403	3,509	4,425	2,868	4,355	4,569	23,128	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	3,708	4,730	4,219	3,733	3,545	4,519	3,630	28,084
97.	3,403	4,812	3,291	2,868	2,583	3,294	20,250	2,939	4,824	4,152	3,465	15,379	3,708	2,399	2,927	3,733	3,545	3,403	5,019	24,732
98.	4,554	4,812	3,291	4,536	3,292	3,294	23,779	2,512	3,523	4,152	3,465	13,652	3,708	4,730	2,927	4,828	4,716	3,403	3,630	27,942
99.	4,554	3,509	3,291	3,547	4,355	4,569	23,825	4,037	4,824	1,000	1,000	10,860	4,832	3,395	4,219	4,828	1,841	4,519	2,439	26,072
100	3,403	3,509	4,425	3,547	4,355	4,569	23,808	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	2,875	3,395	2,927	4,828	3,545	3,403	5,019	25,992

101	1,995	1,840	2,475	2,100	2,583	3,294	14,287	2,939	4,824	4,152	3,465	15,379	4,832	3,395	1,000	2,861	3,545	3,403	5,019	24,055
102	1,995	2,516	1,810	1,000	2,583	2,355	12,260	4,037	3,523	2,842	3,465	13,866	3,708	3,395	2,927	2,007	1,841	1,971	3,630	19,478
103	3,403	3,509	4,425	3,547	4,355	4,569	23,808	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	2,079	3,395	4,219	3,733	3,545	4,519	3,630	25,121
104	1,995	3,509	2,475	2,100	2,583	3,294	15,956	4,037	4,824	2,842	1,840	13,542	2,875	4,730	2,927	2,007	2,616	3,403	5,019	23,577
105	2,639	3,509	1,810	2,100	2,583	4,569	17,211	2,939	4,824	4,152	3,465	15,379	2,875	4,730	2,927	2,007	2,616	1,971	3,630	20,756
106	4,554	3,509	4,425	3,547	3,292	4,569	23,896	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	3,708	3,395	4,219	3,733	3,545	3,403	5,019	27,021
107	3,403	4,812	4,425	3,547	4,355	2,355	22,897	2,939	4,824	1,849	1,840	11,452	3,708	4,730	4,219	3,733	4,716	4,519	2,439	28,063
108	3,403	3,509	4,425	2,868	3,292	4,569	22,066	2,939	2,551	2,842	4,765	13,096	3,708	4,730	2,927	3,733	2,616	4,519	3,630	25,863
109	2,639	3,509	2,475	2,868	1,933	2,355	15,779	4,037	4,824	4,152	4,765	17,777	2,875	3,395	1,885	2,861	2,616	2,646	3,630	19,910
110	2,639	3,509	2,475	2,100	1,933	2,355	15,012	2,512	3,523	1,849	3,465	11,349	2,875	2,399	1,885	2,861	2,616	1,971	2,439	17,046
111	1,995	2,516	3,291	2,868	3,292	3,294	17,256	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	2,079	3,395	2,927	2,861	2,616	3,403	3,630	20,912
112	1,995	3,509	3,291	2,100	2,583	4,569	18,047	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	2,079	4,730	2,927	2,007	2,616	3,403	5,019	22,781
113	3,403	4,812	4,425	2,100	1,933	4,569	21,242	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	2,875	4,730	4,219	3,733	3,545	3,403	5,019	27,524
114	1,995	3,509	3,291	2,100	2,583	3,294	16,772	2,939	3,523	4,152	3,465	14,079	3,708	3,395	2,927	3,733	3,545	1,971	3,630	22,909
115	3,403	4,812	3,291	3,547	4,355	3,294	22,702	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	2,079	4,730	2,927	3,733	2,616	3,403	5,019	24,507
116	3,403	2,516	1,810	2,100	2,583	3,294	15,707	2,512	3,523	1,849	3,465	11,349	2,875	3,395	1,885	2,861	2,616	1,971	3,630	19,235
117	3,403	4,812	1,810	2,868	3,292	3,294	19,479	1,956	3,523	4,152	3,465	13,095	1,000	4,730	1,000	3,733	2,616	3,403	5,019	21,501
118	3,403	3,509	2,475	2,868	1,933	1,718	15,905	2,939	4,824	2,842	3,465	14,069	2,875	3,395	1,885	2,861	3,545	2,646	3,630	20,839
119	3,403	4,812	3,291	4,536	3,292	3,294	22,628	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	3,708	4,730	4,219	3,733	4,716	3,403	5,019	29,527
120	3,403	4,812	4,425	2,868	3,292	3,294	22,094	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	4,730	4,219	3,733	3,545	4,519	5,019	29,472
121	1,000	3,509	2,475	2,868	2,583	3,294	15,728	2,939	3,523	1,849	3,465	11,776	2,875	3,395	2,927	2,861	2,616	2,646	3,630	20,951

122	1,000	3,509	1,810	2,100	2,583	3,294	14,297	1,956	4,824	4,152	1,000	11,931	2,079	4,730	4,219	2,861	1,000	4,519	5,019	24,427
123	3,403	4,812	4,425	3,547	2,583	4,569	23,339	1,956	1,000	4,152	2,497	9,605	4,832	4,730	2,927	4,828	3,545	4,519	5,019	30,399
124	4,554	3,509	4,425	4,536	3,292	4,569	24,885	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	3,708	4,730	4,219	3,733	3,545	4,519	3,630	28,084
125	3,403	4,812	4,425	4,536	4,355	3,294	24,826	2,939	3,523	4,152	1,840	12,454	1,000	4,730	4,219	2,861	3,545	2,646	5,019	24,020
126	1,995	3,509	3,291	2,868	1,000	3,294	15,956	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	2,079	2,399	2,927	1,000	2,616	2,646	3,630	17,298
127	3,403	3,509	4,425	3,547	4,355	4,569	23,808	1,000	2,551	1,000	3,465	8,015	3,708	1,722	2,927	4,828	4,716	3,403	3,630	24,934
128	1,995	2,516	2,475	2,100	3,292	3,294	15,672	2,512	4,824	2,842	4,765	14,942	4,832	3,395	2,927	3,733	2,616	3,403	3,630	24,536
129	1,000	2,516	1,000	2,100	1,933	1,718	10,267	4,037	2,551	4,152	4,765	15,504	2,875	2,399	1,885	2,861	2,616	2,646	5,019	20,302
130	3,403	1,840	2,475	2,100	3,292	4,569	17,679	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	2,875	4,730	2,927	2,861	1,000	4,519	5,019	23,931
131	4,554	4,812	3,291	4,536	4,355	4,569	26,117	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	4,730	2,927	3,733	4,716	3,403	3,630	26,846
132	1,995	1,840	2,475	3,547	3,292	2,355	15,504	2,939	4,824	2,842	3,465	14,069	4,832	3,395	2,927	4,828	4,716	3,403	3,630	27,731
133	3,403	4,812	3,291	3,547	3,292	3,294	21,639	2,512	1,844	2,842	3,465	10,662	4,832	4,730	4,219	4,828	4,716	4,519	5,019	32,862
134	2,639	1,840	2,475	2,100	1,933	3,294	14,281	2,512	3,523	2,842	3,465	12,342	2,875	3,395	1,885	2,861	3,545	2,646	3,630	20,839
135	4,554	3,509	3,291	4,536	3,292	4,569	23,751	2,939	3,523	4,152	3,465	14,079	4,832	4,730	2,927	3,733	4,716	3,403	5,019	29,358
136	3,403	4,812	3,291	3,547	4,355	3,294	22,702	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	4,832	3,395	2,927	4,828	3,545	3,403	5,019	27,948
137	3,403	4,812	2,475	2,100	1,933	4,569	19,292	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	4,832	4,730	2,927	2,007	2,616	2,646	3,630	23,388
138	1,995	3,509	1,810	2,100	2,583	3,294	15,292	2,939	4,824	4,152	3,465	15,379	3,708	3,395	2,927	2,007	1,841	2,646	2,439	18,962
139	1,995	2,516	1,000	2,100	2,583	1,000	11,194	4,037	4,824	4,152	4,765	17,777	2,079	4,730	1,000	2,861	1,000	2,646	1,000	15,819
140	1,995	1,840	1,000	2,868	3,292	4,569	15,564	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	3,708	3,395	4,219	2,007	2,616	4,519	3,630	24,094
141	3,403	4,812	1,810	2,100	1,000	3,294	16,420	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	2,079	3,395	2,927	2,007	3,545	3,403	5,019	22,374
142	1,000	3,509	2,475	2,100	2,583	3,294	14,961	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	2,875	4,730	1,885	2,861	2,616	1,971	3,630	20,570

143	1,995	2,516	2,475	2,100	1,000	2,355	12,441	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	1,000	4,730	1,000	2,007	1,000	1,000	5,019	15,755
144	4,554	3,509	4,425	4,536	3,292	3,294	23,611	1,956	1,844	4,152	3,465	11,416	4,832	4,730	2,927	4,828	2,616	4,519	3,630	28,082
145	3,403	4,812	3,291	3,547	4,355	3,294	22,702	2,939	4,824	4,152	4,765	16,679	3,708	4,730	4,219	3,733	4,716	3,403	5,019	29,527
146	3,403	3,509	4,425	4,536	3,292	4,569	23,734	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	4,730	2,927	3,733	4,716	4,519	5,019	29,351
147	3,403	4,812	3,291	2,868	2,583	3,294	20,250	2,939	2,551	2,842	4,765	13,096	3,708	3,395	1,885	3,733	3,545	1,971	3,630	21,868
148	2,639	3,509	1,810	2,868	1,933	3,294	16,054	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	3,708	4,730	2,927	2,861	3,545	1,971	5,019	24,760
149	4,554	4,812	4,425	1,000	3,292	4,569	22,652	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	4,832	4,730	2,927	1,000	2,616	4,519	5,019	25,642
150	2,639	3,509	4,425	3,547	3,292	4,569	21,981	2,939	4,824	2,842	3,465	14,069	4,832	3,395	1,885	3,733	3,545	4,519	3,630	25,539
151	1,995	3,509	3,291	2,100	3,292	4,569	18,756	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	4,730	1,000	2,861	3,545	3,403	3,630	22,877
152	4,554	4,812	2,475	2,868	3,292	4,569	22,569	2,939	4,824	4,152	4,765	16,679	3,708	3,395	4,219	2,861	3,545	3,403	3,630	24,762
153	2,639	3,509	3,291	4,536	3,292	4,569	21,837	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	4,832	3,395	2,927	4,828	3,545	3,403	5,019	27,948
154	3,403	2,516	1,000	2,100	1,000	1,718	11,737	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	2,079	3,395	1,885	2,007	1,841	1,971	3,630	16,809
155	3,403	4,812	4,425	3,547	3,292	3,294	22,773	2,939	4,824	4,152	4,765	16,679	3,708	3,395	4,219	4,828	3,545	3,403	3,630	26,729
156	3,403	4,812	3,291	2,100	1,000	4,569	19,175	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	3,708	2,399	4,219	3,733	3,545	3,403	3,630	24,636
157	3,403	4,812	3,291	3,547	4,355	4,569	23,977	1,956	3,523	1,849	3,465	10,793	4,832	4,730	2,927	3,733	4,716	3,403	5,019	29,358
158	2,639	3,509	3,291	2,868	1,933	2,355	16,595	2,939	3,523	2,842	3,465	12,769	2,875	3,395	1,885	2,861	2,616	1,971	3,630	19,235
159	1,000	2,516	1,810	1,000	4,355	4,569	15,250	4,037	4,824	4,152	2,497	15,509	2,875	4,730	2,927	3,733	2,616	4,519	2,439	23,839
160	4,554	4,812	3,291	2,100	1,933	4,569	21,259	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	3,708	4,730	2,927	2,007	1,841	3,403	5,019	23,633
161	3,403	3,509	4,425	3,547	4,355	3,294	22,533	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	4,832	4,730	2,927	4,828	3,545	3,403	3,630	27,895
162	3,403	3,509	1,810	2,100	3,292	3,294	17,409	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	4,832	4,730	2,927	2,861	1,841	3,403	3,630	24,223
163	4,554	3,509	3,291	4,536	4,355	3,294	23,539	2,512	3,523	2,842	3,465	12,342	3,708	3,395	2,927	3,733	3,545	3,403	5,019	25,729

164	3,403	3,509	3,291	2,100	1,933	2,355	16,591	2,939	4,824	2,842	3,465	14,069	2,875	4,730	2,927	2,861	2,616	1,971	5,019	22,999
165	4,554	4,812	3,291	3,547	4,355	3,294	23,853	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	4,832	3,395	2,927	3,733	3,545	1,000	5,019	24,450
166	3,403	4,812	4,425	3,547	3,292	4,569	24,048	2,939	4,824	4,152	4,765	16,679	4,832	4,730	2,927	3,733	4,716	4,519	5,019	30,475
167	1,995	3,509	1,000	1,000	3,292	3,294	14,091	2,512	3,523	2,842	3,465	12,342	3,708	3,395	2,927	1,000	1,841	2,646	2,439	17,955
168	3,403	4,812	1,810	1,000	1,933	2,355	15,314	2,939	4,824	4,152	4,765	16,679	2,875	3,395	2,927	2,861	3,545	1,971	3,630	21,205
169	3,403	4,812	3,291	3,547	1,933	3,294	20,280	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	4,730	4,219	3,733	3,545	3,403	5,019	28,356
170	3,403	4,812	4,425	4,536	3,292	4,569	25,037	2,939	3,523	4,152	3,465	14,079	2,875	1,722	2,927	3,733	3,545	3,403	3,630	21,835
171	3,403	4,812	3,291	3,547	3,292	4,569	22,914	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	3,708	4,730	4,219	2,861	3,545	4,519	3,630	27,212
172	3,403	4,812	3,291	3,547	4,355	4,569	23,977	1,956	1,000	4,152	4,765	11,872	4,832	3,395	2,927	4,828	4,716	3,403	3,630	27,731
173	4,554	4,812	3,291	4,536	3,292	3,294	23,779	4,037	4,824	4,152	4,765	17,777	3,708	4,730	4,219	2,861	3,545	4,519	5,019	28,601
174	3,403	3,509	4,425	3,547	3,292	4,569	22,745	2,939	3,523	1,000	3,465	10,927	2,079	3,395	2,927	4,828	2,616	3,403	5,019	24,267
175	3,403	4,812	4,425	3,547	4,355	4,569	25,111	2,512	2,551	4,152	3,465	12,679	4,832	2,399	2,927	4,828	4,716	3,403	3,630	26,734
176	1,995	1,000	1,810	2,868	3,292	4,569	15,534	2,939	4,824	2,842	3,465	14,069	2,079	4,730	2,927	3,733	2,616	3,403	5,019	24,507
177	3,403	4,812	3,291	4,536	3,292	4,569	23,903	1,956	1,844	2,842	1,840	8,481	4,832	1,722	2,927	3,733	4,716	1,971	3,630	23,530
178	2,639	3,509	3,291	2,868	2,583	4,569	19,459	2,939	3,523	4,152	4,765	15,379	3,708	4,730	2,927	3,733	2,616	2,646	3,630	23,990
179	4,554	3,509	2,475	2,868	1,933	4,569	19,907	4,037	2,551	4,152	4,765	15,504	2,875	4,730	4,219	4,828	4,716	4,519	5,019	30,906
180	4,554	3,509	1,810	2,100	4,355	4,569	20,898	4,037	4,824	4,152	4,765	17,777	2,079	1,722	4,219	3,733	1,841	4,519	5,019	23,132
181	3,403	2,516	3,291	2,100	2,583	3,294	17,187	2,939	4,824	2,842	3,465	14,069	2,875	3,395	4,219	3,733	3,545	2,646	5,019	25,433
182	3,403	4,812	3,291	4,536	3,292	3,294	22,628	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	3,395	4,219	3,733	4,716	3,403	5,019	28,192
183	3,403	4,812	4,425	3,547	3,292	4,569	24,048	1,956	3,523	4,152	3,465	13,095	4,832	4,730	2,927	4,828	3,545	3,403	5,019	29,283
184	4,554	4,812	3,291	3,547	4,355	3,294	23,853	2,939	4,824	4,152	4,765	16,679	4,832	4,730	4,219	3,733	4,716	3,403	3,630	29,263

185	3,403	4,812	2,475	2,100	3,292	4,569	20,651	2,939	4,824	4,152	3,465	15,379	3,708	4,730	4,219	4,828	3,545	4,519	5,019	30,568
186	3,403	4,812	4,425	3,547	3,292	4,569	24,048	2,939	4,824	4,152	4,765	16,679	4,832	3,395	4,219	3,733	4,716	4,519	3,630	29,044
187	4,554	3,509	4,425	4,536	3,292	3,294	23,611	1,956	3,523	1,000	4,765	11,243	2,079	4,730	4,219	3,733	4,716	1,971	5,019	26,467
188	3,403	3,509	4,425	3,547	3,292	3,294	21,470	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	3,708	4,730	2,927	3,733	3,545	2,646	3,630	24,919
189	4,554	4,812	3,291	4,536	3,292	4,569	25,054	1,000	1,844	4,152	3,465	10,460	4,832	3,395	4,219	4,828	3,545	3,403	5,019	29,241
190	3,403	4,812	4,425	3,547	3,292	4,569	24,048	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	4,832	3,395	4,219	4,828	3,545	3,403	5,019	29,241
191	3,403	2,516	4,425	2,100	4,355	4,569	21,368	1,956	3,523	4,152	3,465	13,095	4,832	4,730	2,927	2,007	3,545	4,519	5,019	27,577
192	2,639	3,509	3,291	2,868	2,583	3,294	18,184	2,939	4,824	2,842	3,465	14,069	3,708	3,395	2,927	3,733	3,545	3,403	3,630	24,341
193	3,403	3,509	4,425	4,536	4,355	4,569	24,797	4,037	2,551	4,152	3,465	14,204	4,832	4,730	4,219	4,828	4,716	4,519	5,019	32,862
194	1,995	3,509	3,291	3,547	1,933	3,294	17,569	2,939	3,523	2,842	4,765	14,069	3,708	3,395	2,927	3,733	1,841	3,403	3,630	22,636
195	2,639	3,509	3,291	3,547	2,583	1,718	17,287	2,512	3,523	1,849	3,465	11,349	3,708	4,730	1,885	3,733	3,545	2,646	3,630	23,878
196	3,403	3,509	3,291	3,547	1,933	3,294	18,977	2,939	3,523	2,842	3,465	12,769	2,875	2,399	1,885	2,861	3,545	2,646	2,439	18,651
197	2,639	3,509	2,475	2,100	1,933	3,294	15,951	2,939	4,824	2,842	3,465	14,069	2,875	3,395	2,927	2,861	2,616	2,646	3,630	20,951
198	1,000	2,516	3,291	2,868	3,292	3,294	16,260	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	4,730	4,219	2,861	2,616	3,403	5,019	26,556
199	1,995	2,516	3,291	3,547	1,933	3,294	16,576	1,956	2,551	2,842	3,465	10,813	3,708	2,399	2,927	2,861	1,841	1,971	3,630	19,336
200	3,403	3,509	4,425	3,547	3,292	4,569	22,745	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	3,395	4,219	3,733	3,545	4,519	5,019	28,138
201	1,995	2,516	2,475	2,868	3,292	3,294	16,440	2,939	4,824	4,152	4,765	16,679	3,708	4,730	2,927	2,861	2,616	2,646	3,630	23,119
202	4,554	4,812	3,291	2,868	3,292	4,569	23,385	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	3,708	4,730	4,219	3,733	3,545	4,519	2,439	26,892
203	3,403	3,509	4,425	2,868	1,933	3,294	19,432	2,939	4,824	4,152	1,840	13,754	3,708	2,399	2,927	4,828	3,545	2,646	3,630	23,683
204	1,000	2,516	1,810	2,100	1,933	1,718	11,077	1,956	4,824	2,842	4,765	14,386	1,000	1,722	1,000	2,007	1,841	1,971	1,645	11,185
205	3,403	4,812	2,475	2,868	2,583	3,294	19,434	4,037	4,824	4,152	4,765	17,777	2,875	4,730	2,927	2,861	2,616	2,646	5,019	23,675

206	1,995	4,812	3,291	3,547	2,583	4,569	20,797	2,512	3,523	1,849	3,465	11,349	3,708	4,730	4,219	2,861	3,545	1,971	5,019	26,053
207	2,639	2,516	2,475	2,868	1,000	3,294	14,792	4,037	4,824	4,152	4,765	17,777	3,708	4,730	4,219	2,861	2,616	1,000	5,019	24,153
208	3,403	4,812	3,291	3,547	2,583	3,294	20,930	2,939	3,523	4,152	4,765	15,379	3,708	4,730	2,927	3,733	3,545	2,646	5,019	26,307
209	3,403	3,509	1,810	2,100	3,292	1,718	15,833	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	2,079	3,395	1,000	2,007	1,841	1,971	5,019	17,312
210	3,403	3,509	2,475	2,100	1,933	3,294	16,714	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	2,875	4,730	2,927	2,007	1,841	2,646	3,630	20,656
211	1,995	3,509	1,810	2,100	3,292	3,294	16,001	2,939	3,523	4,152	4,765	15,379	2,079	3,395	2,927	2,007	3,545	1,971	3,630	19,554
212	1,995	3,509	3,291	2,100	2,583	3,294	16,772	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	3,708	3,395	1,885	2,007	3,545	2,646	3,630	20,817
213	3,403	4,812	4,425	2,868	1,933	2,355	19,796	2,939	3,523	1,849	3,465	11,776	3,708	2,399	1,885	2,007	2,616	2,646	3,630	18,891
214	4,554	3,509	4,425	4,536	3,292	3,294	23,611	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	3,708	4,730	2,927	3,733	4,716	3,403	5,019	28,235
215	3,403	3,509	2,475	2,868	3,292	3,294	18,841	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	2,875	4,730	1,885	3,733	3,545	3,403	3,630	23,802
216	2,639	3,509	2,475	2,868	3,292	2,355	17,138	1,956	2,551	1,849	3,465	9,820	2,875	3,395	1,885	3,733	2,616	3,403	2,439	20,347
217	3,403	4,812	4,425	2,868	1,933	3,294	20,735	1,956	3,523	1,849	3,465	10,793	3,708	3,395	4,219	2,861	1,841	1,971	3,630	21,625
218	1,995	4,812	3,291	2,868	3,292	4,569	20,826	4,037	4,824	4,152	4,765	17,777	3,708	4,730	4,219	3,733	3,545	3,403	3,630	26,968
219	2,639	3,509	2,475	2,100	1,933	3,294	15,951	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	2,875	2,399	1,000	2,861	3,545	2,646	3,630	18,957
220	3,403	4,812	3,291	2,868	4,355	3,294	22,022	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	4,832	4,730	2,927	3,733	4,716	1,971	3,630	26,538
221	1,995	3,509	1,000	1,000	1,933	1,000	10,437	1,956	2,551	2,842	3,465	10,813	2,079	4,730	1,000	2,007	3,545	2,646	5,019	21,026
222	2,639	4,812	3,291	2,868	2,583	3,294	19,487	1,956	2,551	2,842	2,497	9,845	3,708	4,730	1,885	2,861	2,616	2,646	5,019	23,466
223	3,403	2,516	2,475	2,100	2,583	4,569	17,646	1,956	2,551	2,842	1,840	9,188	2,079	2,399	1,000	3,733	3,545	1,971	3,630	18,357
224	3,403	4,812	2,475	3,547	3,292	3,294	20,823	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	3,395	2,927	3,733	3,545	3,403	3,630	24,341
225	2,639	3,509	4,425	4,536	2,583	4,569	22,262	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	2,875	4,730	1,885	4,828	4,716	2,646	5,019	26,700
226	4,554	3,509	3,291	4,536	4,355	3,294	23,539	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	3,395	2,927	3,733	3,545	2,646	3,630	23,584

227	3,403	4,812	3,291	1,000	1,933	3,294	17,733	4,037	4,824	4,152	1,840	14,852	2,079	4,730	2,927	2,007	2,616	1,971	3,630	19,960
228	1,995	3,509	3,291	3,547	2,583	4,569	19,494	2,512	3,523	4,152	3,465	13,652	3,708	2,399	2,927	4,828	3,545	3,403	3,630	24,439
229	1,000	1,840	1,810	1,000	2,583	3,294	11,527	1,956	3,523	4,152	2,497	12,128	3,708	3,395	2,927	2,861	2,616	3,403	3,630	22,540
230	2,639	3,509	3,291	3,547	3,292	4,569	20,847	1,956	3,523	1,849	3,465	10,793	3,708	2,399	4,219	3,733	3,545	2,646	3,630	23,880
231	3,403	3,509	4,425	3,547	2,583	4,569	22,036	2,939	3,523	4,152	4,765	21,572	3,708	3,395	2,927	3,733	2,616	3,403	3,630	23,412
232	2,639	3,509	4,425	3,547	4,355	2,355	20,831	2,512	3,523	4,152	2,497	20,703	3,708	3,395	2,927	3,733	3,545	3,403	3,630	24,341
233	2,639	3,509	2,475	2,868	2,583	3,294	17,368	4,037	3,523	2,842	3,465	18,765	3,708	4,730	2,927	2,861	2,616	3,403	3,630	23,875
234	3,403	4,812	3,291	2,100	1,933	3,294	18,833	2,939	4,824	2,842	3,465	18,369	3,708	3,395	2,927	3,733	3,545	3,403	3,630	24,341
235	2,639	3,509	3,291	3,547	2,583	2,355	17,924	2,512	3,523	2,842	2,497	17,797	2,875	2,399	1,885	2,861	3,545	2,646	2,439	18,651
236	1,995	3,509	2,475	2,868	3,292	3,294	17,433	2,939	4,824	1,849	1,840	18,377	3,708	4,730	1,885	2,861	1,841	2,646	3,630	21,302
237	1,995	3,509	1,810	2,100	1,933	1,718	13,066	2,512	3,523	4,152	1,840	13,583	2,079	3,395	1,885	2,007	2,616	2,646	3,630	18,260
238	4,554	3,509	4,425	4,536	3,292	3,294	23,611	4,037	3,523	2,842	4,765	23,093	3,708	4,730	2,927	3,733	4,716	3,403	3,630	26,846
239	4,554	4,812	4,425	3,547	3,292	4,569	25,199	2,939	4,824	4,152	3,465	23,584	4,832	4,730	2,927	2,861	3,545	3,403	5,019	27,316
240	3,403	4,812	4,425	4,536	4,355	4,569	26,100	2,939	3,523	4,152	4,765	25,636	4,832	4,730	4,219	3,733	4,716	4,519	5,019	31,767
241	2,639	3,509	4,425	2,868	1,933	4,569	19,943	4,037	3,523	4,152	2,497	21,340	3,708	4,730	2,927	3,733	3,545	1,971	5,019	25,632
242	4,554	4,812	4,425	4,536	4,355	4,569	27,251	2,939	3,523	2,842	3,465	25,636	3,708	3,395	2,927	3,733	3,545	3,403	3,630	24,341
243	1,995	3,509	1,000	2,100	2,583	3,294	14,482	1,956	3,523	2,842	2,497	14,442	3,708	2,399	2,927	2,861	2,616	3,403	5,019	22,932
244	4,554	4,812	3,291	3,547	4,355	3,294	23,853	4,037	4,824	2,842	2,497	23,336	3,708	3,395	2,927	4,828	2,616	3,403	5,019	25,896
245	3,403	3,509	4,425	4,536	2,583	3,294	21,750	4,037	3,523	4,152	3,465	22,384	2,079	1,722	1,000	2,861	1,841	3,403	3,630	16,537
246	3,403	3,509	1,810	2,100	3,292	3,294	17,409	4,037	3,523	4,152	2,497	18,043	3,708	3,395	2,927	2,007	1,841	3,403	3,630	20,910
247	1,995	4,812	3,291	1,000	1,933	3,294	16,325	4,037	2,551	4,152	3,465	18,367	2,079	4,730	1,000	2,007	2,616	1,000	5,019	18,451

248	2,639	3,509	3,291	2,100	1,933	3,294	16,767	2,512	3,523	2,842	3,465	16,639	2,079	3,395	2,927	3,733	3,545	2,646	3,630	21,956
249	1,995	1,000	1,810	2,100	3,292	3,294	13,492	4,037	4,824	4,152	4,765	15,534	2,079	1,000	1,885	2,007	3,545	3,403	5,019	18,938
250	2,639	4,812	3,291	2,100	2,583	4,569	19,994	1,956	2,551	4,152	3,465	19,310	4,832	2,399	1,000	3,733	1,841	3,403	5,019	22,225
251	3,403	4,812	4,425	4,536	3,292	4,569	25,037	4,037	3,523	2,842	3,465	25,671	3,708	3,395	4,219	3,733	4,716	3,403	3,630	26,804
252	3,403	3,509	4,425	4,536	3,292	4,569	23,734	2,939	3,523	4,152	2,497	23,271	3,708	3,395	4,219	4,828	3,545	3,403	5,019	28,117
253	2,639	3,509	3,291	2,100	3,292	3,294	18,126	2,939	3,523	4,152	3,465	14,079	3,708	3,395	2,927	2,861	3,545	3,403	3,630	23,469
254	3,403	4,812	4,425	3,547	1,933	2,355	20,475	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	2,875	3,395	2,927	2,861	4,716	1,971	2,439	21,184
255	2,639	3,509	4,425	4,536	4,355	2,355	21,820	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	2,875	4,730	2,927	2,861	4,716	4,519	3,630	26,258
256	3,403	4,812	4,425	3,547	3,292	4,569	24,048	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	3,708	4,730	2,927	4,828	3,545	3,403	3,630	26,771
257	3,403	3,509	4,425	2,868	3,292	3,294	20,791	2,512	3,523	2,842	3,465	12,342	2,875	3,395	1,885	3,733	3,545	2,646	3,630	21,710
258	3,403	3,509	4,425	2,868	3,292	4,569	22,066	2,939	1,844	1,000	2,497	8,280	3,708	3,395	4,219	4,828	3,545	3,403	5,019	28,117
259	3,403	4,812	4,425	3,547	3,292	4,569	24,048	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	3,395	4,219	4,828	3,545	3,403	5,019	28,117
260	3,403	2,516	2,475	2,100	1,933	2,355	14,782	2,939	3,523	2,842	3,465	12,769	2,875	3,395	2,927	3,733	3,545	2,646	3,630	22,752
261	1,000	1,840	1,810	3,547	1,933	1,718	11,848	4,037	2,551	1,000	2,497	10,084	4,832	3,395	1,000	2,861	1,841	1,971	2,439	18,338
262	4,554	3,509	4,425	3,547	4,355	3,294	23,684	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	3,708	4,730	2,927	4,828	3,545	4,519	3,630	27,887
263	1,000	1,840	1,810	2,100	3,292	4,569	14,611	1,956	4,824	2,842	4,765	14,386	2,079	4,730	1,000	2,007	1,841	1,000	5,019	17,676
264	3,403	1,840	1,810	2,100	3,292	2,355	14,801	1,956	2,551	1,849	3,465	9,820	2,875	3,395	2,927	2,007	1,841	1,971	5,019	20,034
265	3,403	3,509	4,425	4,536	3,292	2,355	21,521	2,512	3,523	2,842	3,465	12,342	4,832	3,395	4,219	3,733	3,545	3,403	3,630	26,757
266	4,554	3,509	1,810	2,100	1,933	3,294	17,201	1,000	3,523	4,152	4,765	13,439	2,875	4,730	2,927	2,007	4,716	1,971	5,019	24,244
267	3,403	2,516	4,425	3,547	3,292	3,294	20,477	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	2,875	4,730	2,927	2,861	1,841	1,971	3,630	20,835
268	1,000	3,509	2,475	2,868	3,292	4,569	17,712	2,512	4,824	1,849	3,465	12,650	4,832	3,395	2,927	2,861	2,616	3,403	5,019	25,052

269	2,639	3,509	2,475	2,100	3,292	3,294	17,310	2,512	3,523	4,152	2,497	12,684	2,875	4,730	2,927	2,861	3,545	1,971	3,630	22,540
270	3,403	4,812	4,425	3,547	4,355	4,569	25,111	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	4,730	4,219	3,733	4,716	4,519	5,019	30,643
271	2,639	3,509	1,000	2,100	3,292	3,294	15,835	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	2,875	3,395	2,927	2,861	2,616	2,646	3,630	20,951
272	4,554	4,812	4,425	4,536	4,355	4,569	27,251	4,037	4,824	4,152	4,765	17,777	3,708	4,730	2,927	2,861	3,545	2,646	2,439	22,856
273	1,995	2,516	2,475	2,100	1,933	2,355	13,374	2,512	3,523	1,849	3,465	11,349	3,708	3,395	1,885	2,861	2,616	1,971	3,630	20,067
274	2,639	4,812	3,291	2,100	2,583	3,294	18,719	4,037	4,824	4,152	4,765	17,777	3,708	3,395	1,885	3,733	3,545	1,971	3,630	21,868
275	4,554	3,509	2,475	3,547	1,933	3,294	19,312	4,037	3,523	2,842	3,465	13,866	3,708	4,730	4,219	4,828	3,545	4,519	3,630	29,179
276	2,639	4,812	2,475	2,868	3,292	3,294	19,380	2,939	4,824	4,152	4,765	16,679	3,708	4,730	4,219	3,733	2,616	2,646	5,019	26,671
277	2,639	3,509	3,291	2,100	3,292	4,569	19,400	4,037	4,824	4,152	2,497	15,509	3,708	2,399	2,927	2,861	2,616	2,646	5,019	22,175
278	4,554	3,509	3,291	4,536	3,292	4,569	23,751	1,956	3,523	4,152	3,465	13,095	3,708	4,730	4,219	3,733	4,716	3,403	3,630	28,139
279	3,403	4,812	4,425	3,547	3,292	4,569	24,048	1,000	1,844	1,849	3,465	8,158	4,832	3,395	2,927	4,828	4,716	3,403	5,019	29,119
280	2,639	2,516	2,475	2,868	1,933	2,355	14,786	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	2,875	2,399	1,885	2,861	2,616	2,646	2,439	17,722
281	3,403	2,516	3,291	2,100	1,000	2,355	14,665	1,956	1,844	4,152	1,840	9,791	3,708	4,730	2,927	2,007	1,000	3,403	5,019	22,792
282	1,995	3,509	2,475	2,868	1,933	2,355	15,135	4,037	3,523	2,842	3,465	13,866	2,079	3,395	2,927	2,861	2,616	2,646	2,439	18,964
283	3,403	3,509	2,475	4,536	4,355	3,294	21,572	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	4,832	3,395	2,927	3,733	4,716	4,519	3,630	27,751
284	3,403	3,509	3,291	2,100	3,292	4,569	20,164	2,939	4,824	1,849	3,465	13,077	2,875	4,730	2,927	2,861	3,545	3,403	5,019	25,360
285	3,403	3,509	2,475	2,868	2,583	3,294	18,131	2,512	3,523	2,842	2,497	11,374	2,875	3,395	1,885	2,861	2,616	2,646	3,630	19,910
286	2,639	4,812	3,291	3,547	2,583	4,569	21,441	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	2,875	4,730	2,927	4,828	4,716	3,403	5,019	28,498
287	3,403	3,509	2,475	2,100	3,292	2,355	17,134	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	2,875	2,399	1,885	2,861	2,616	3,403	2,439	18,478
288	2,639	3,509	2,475	2,100	1,933	3,294	15,951	1,956	3,523	1,849	2,497	9,825	2,875	3,395	2,927	2,861	1,841	4,519	3,630	22,048
289	3,403	2,516	1,810	1,000	3,292	2,355	14,377	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	2,399	4,219	3,733	2,616	4,519	3,630	24,824

290	1,995	4,812	2,475	2,100	1,933	2,355	15,670	4,037	4,824	4,152	2,497	15,509	2,079	4,730	2,927	3,733	3,545	1,971	3,630	22,615
291	1,995	3,509	3,291	2,100	2,583	3,294	16,772	2,512	3,523	2,842	2,497	11,374	2,875	3,395	2,927	2,861	3,545	2,646	3,630	21,880
292	1,995	1,840	3,291	3,547	2,583	3,294	16,550	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	2,079	4,730	2,927	3,733	1,841	3,403	5,019	23,731
293	1,995	1,840	1,000	2,100	1,000	3,294	11,229	2,512	4,824	2,842	3,465	13,642	3,708	2,399	2,927	1,000	1,000	1,000	5,019	17,052
294	2,639	3,509	2,475	2,868	2,583	3,294	17,368	2,939	4,824	2,842	3,465	14,069	3,708	3,395	2,927	2,861	3,545	3,403	2,439	22,277
295	4,554	3,509	4,425	4,536	3,292	4,569	24,885	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	4,832	4,730	4,219	4,828	4,716	4,519	5,019	32,862
296	2,639	2,516	2,475	2,868	2,583	2,355	15,436	1,956	2,551	2,842	2,497	9,845	2,875	2,399	1,885	2,861	2,616	2,646	2,439	17,722
297	1,995	2,516	1,810	2,868	2,583	2,355	14,127	1,956	3,523	1,000	3,465	9,943	2,079	2,399	1,885	2,007	2,616	1,971	2,439	15,396
298	1,995	3,509	3,291	4,536	1,000	3,294	17,625	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	4,832	2,399	2,927	3,733	3,545	3,403	3,630	24,468
299	1,995	1,840	2,475	2,868	1,933	2,355	13,465	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	2,875	3,395	1,000	2,007	2,616	1,971	2,439	16,303
300	2,639	3,509	2,475	2,868	3,292	2,355	17,138	1,956	3,523	1,849	3,465	10,793	3,708	4,730	2,927	2,007	2,616	1,971	1,645	19,604
301	3,403	3,509	3,291	2,100	1,000	4,569	17,872	1,956	2,551	2,842	2,497	9,845	2,079	3,395	4,219	4,828	3,545	3,403	3,630	25,100
302	1,995	2,516	3,291	2,100	1,933	2,355	14,190	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	2,079	3,395	1,885	2,861	3,545	3,403	3,630	20,799
303	1,995	3,509	2,475	2,100	1,000	3,294	14,373	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	2,079	3,395	2,927	2,861	1,841	1,000	3,630	17,734
304	2,639	3,509	3,291	3,547	4,355	3,294	20,635	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	3,708	3,395	4,219	2,861	3,545	3,403	5,019	26,150
305	4,554	3,509	2,475	3,547	1,933	4,569	20,587	1,956	2,551	1,849	1,840	8,195	2,079	3,395	1,885	3,733	3,545	1,971	3,630	20,239
306	3,403	3,509	3,291	3,547	4,355	3,294	21,399	1,956	2,551	1,849	3,465	9,820	2,875	4,730	1,885	2,007	2,616	3,403	5,019	22,535
307	1,995	3,509	3,291	2,868	3,292	3,294	18,249	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	2,875	3,395	1,885	3,733	2,616	3,403	3,630	21,538
308	3,403	3,509	3,291	3,547	3,292	3,294	20,336	2,512	3,523	1,849	3,465	11,349	3,708	3,395	2,927	3,733	3,545	3,403	3,630	24,341
309	1,995	3,509	2,475	2,100	1,000	3,294	14,373	2,939	3,523	4,152	4,765	15,379	2,079	4,730	1,885	2,861	2,616	1,000	5,019	20,191
310	2,639	4,812	4,425	2,868	1,933	3,294	19,971	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	2,875	4,730	1,885	3,733	3,545	2,646	3,630	23,045

311	3,403	2,516	1,810	3,547	1,933	2,355	15,565	1,956	3,523	1,849	1,840	9,168	2,875	3,395	1,885	2,007	2,616	1,971	2,439	17,189
312	3,403	4,812	4,425	3,547	3,292	3,294	22,773	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	4,730	4,219	3,733	3,545	3,403	5,019	28,356
313	3,403	3,509	2,475	2,868	2,583	3,294	18,131	1,956	2,551	1,849	3,465	9,820	3,708	3,395	2,927	3,733	3,545	2,646	3,630	23,584
314	2,639	4,812	3,291	2,868	2,583	3,294	19,487	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	2,079	2,399	1,885	2,007	3,545	2,646	3,630	18,192
315	4,554	4,812	3,291	3,547	3,292	4,569	24,065	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	4,832	4,730	4,219	3,733	3,545	4,519	5,019	30,596
316	4,554	4,812	3,291	4,536	3,292	3,294	23,779	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	4,730	2,927	3,733	4,716	3,403	3,630	26,846
317	4,554	3,509	3,291	4,536	3,292	4,569	23,751	4,037	4,824	1,849	3,465	14,174	4,832	4,730	2,927	3,733	4,716	4,519	3,630	29,086
318	4,554	3,509	2,475	3,547	3,292	3,294	20,671	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	3,395	2,927	4,828	4,716	4,519	5,019	29,111
319	3,403	3,509	1,810	2,868	1,933	1,000	14,523	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	4,832	3,395	2,927	4,828	3,545	4,519	3,630	27,676
320	3,403	2,516	3,291	3,547	4,355	3,294	20,406	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	4,832	4,730	2,927	4,828	3,545	3,403	5,019	29,283
321	1,995	3,509	2,475	2,868	1,000	3,294	15,140	1,956	2,551	2,842	1,840	9,188	2,079	4,730	1,885	3,733	2,616	1,971	3,630	20,645
322	1,000	4,812	4,425	4,536	4,355	4,569	23,697	4,037	2,551	2,842	4,765	14,194	4,832	4,730	4,219	4,828	4,716	4,519	5,019	32,862
323	2,639	4,812	4,425	3,547	3,292	4,569	23,284	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	3,708	3,395	2,927	3,733	3,545	3,403	3,630	24,341
324	3,403	3,509	3,291	3,547	3,292	3,294	20,336	1,956	2,551	1,849	3,465	9,820	3,708	3,395	2,927	3,733	3,545	3,403	3,630	24,341
325	3,403	2,516	4,425	3,547	4,355	4,569	22,815	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	4,832	3,395	4,219	4,828	3,545	3,403	5,019	29,241
326	4,554	4,812	3,291	4,536	3,292	3,294	23,779	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	3,708	4,730	2,927	4,828	3,545	4,519	5,019	29,275
327	3,403	2,516	3,291	4,536	3,292	3,294	20,332	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	4,730	2,927	4,828	3,545	3,403	5,019	28,159
328	4,554	4,812	3,291	4,536	3,292	3,294	23,779	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	4,832	4,730	4,219	4,828	4,716	4,519	5,019	32,862
329	4,554	3,509	4,425	4,536	4,355	4,569	25,948	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	4,832	4,730	4,219	4,828	4,716	4,519	5,019	32,862
330	1,995	1,840	1,000	2,100	2,583	3,294	12,812	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	4,832	3,395	1,885	3,733	4,716	4,519	3,630	26,710
331	3,403	4,812	3,291	3,547	4,355	4,569	23,977	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	4,832	3,395	4,219	3,733	4,716	3,403	3,630	27,928

332	3,403	3,509	3,291	2,868	4,355	3,294	20,719	4,037	2,551	2,842	3,465	12,894	3,708	2,399	4,219	4,828	3,545	3,403	5,019	27,120
333	4,554	4,812	3,291	4,536	3,292	3,294	23,779	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	2,875	3,395	2,927	4,828	3,545	4,519	5,019	27,108
334	3,403	3,509	4,425	3,547	1,933	3,294	20,111	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	2,875	3,395	2,927	2,861	2,616	1,971	2,439	19,085
335	2,639	3,509	2,475	3,547	2,583	3,294	18,047	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	4,730	2,927	3,733	4,716	3,403	3,630	26,846
336	3,403	2,516	3,291	2,100	1,933	3,294	16,537	1,000	1,844	1,000	3,465	7,308	4,832	4,730	2,927	4,828	3,545	3,403	5,019	29,283
337	1,000	1,840	1,810	1,000	2,583	3,294	11,527	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	4,832	3,395	4,219	2,861	3,545	4,519	3,630	27,001
338	4,554	4,812	4,425	4,536	4,355	4,569	27,251	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	4,832	4,730	4,219	4,828	4,716	4,519	5,019	32,862
339	4,554	4,812	4,425	4,536	4,355	4,569	27,251	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	4,832	4,730	4,219	4,828	4,716	4,519	5,019	32,862
340	3,403	4,812	3,291	3,547	4,355	4,569	23,977	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	4,832	3,395	4,219	4,828	3,545	4,519	5,019	30,357
341	3,403	4,812	4,425	3,547	3,292	4,569	24,048	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	4,730	4,219	4,828	4,716	3,403	5,019	30,623
342	3,403	2,516	3,291	4,536	3,292	4,569	21,607	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	3,708	4,730	2,927	4,828	3,545	3,403	5,019	28,159
343	3,403	2,516	3,291	4,536	4,355	3,294	21,395	1,956	1,844	2,842	3,465	10,106	4,832	3,395	4,219	4,828	3,545	4,519	3,630	28,968
344	3,403	3,509	4,425	3,547	4,355	3,294	22,533	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	4,832	3,395	4,219	3,733	4,716	4,519	3,630	29,044
345	1,995	1,000	1,810	2,868	1,000	1,718	10,391	1,956	2,551	2,842	1,840	9,188	2,079	4,730	4,219	3,733	4,716	4,519	3,630	27,627
346	4,554	3,509	4,425	4,536	3,292	3,294	23,611	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	3,395	4,219	4,828	4,716	4,519	5,019	30,404
347	4,554	4,812	4,425	4,536	3,292	4,569	26,188	4,037	4,824	2,842	2,497	14,199	4,832	4,730	2,927	4,828	4,716	4,519	5,019	31,570
348	3,403	4,812	2,475	2,868	2,583	4,569	20,709	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	2,875	3,395	4,219	2,861	2,616	1,971	5,019	22,957
349	4,554	3,509	3,291	4,536	3,292	4,569	23,751	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	3,708	4,730	2,927	3,733	4,716	4,519	3,630	27,962
350	3,403	4,812	3,291	3,547	4,355	3,294	22,702	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	4,832	4,730	2,927	3,733	4,716	4,519	3,630	29,086
351	3,403	3,509	2,475	3,547	4,355	4,569	21,858	1,956	2,551	2,842	2,497	9,845	4,832	4,730	2,927	2,007	3,545	4,519	5,019	27,577
352	3,403	2,516	3,291	3,547	4,355	3,294	20,406	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	3,708	4,730	2,927	4,828	3,545	3,403	5,019	28,159

353	4,554	4,812	4,425	4,536	4,355	4,569	27,251	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	4,832	4,730	4,219	4,828	4,716	4,519	5,019	32,862
354	1,995	4,812	3,291	2,100	1,000	2,355	15,553	1,956	3,523	1,849	1,840	9,168	2,079	4,730	2,927	2,007	2,616	1,971	5,019	21,349
355	3,403	4,812	4,425	4,536	3,292	4,569	25,037	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	3,708	4,730	4,219	3,733	3,545	1,971	2,439	24,345
356	3,403	4,812	4,425	3,547	2,583	3,294	22,064	4,037	4,824	4,152	3,465	16,477	3,708	4,730	2,927	3,733	3,545	2,646	5,019	26,307
357	1,995	3,509	3,291	2,100	3,292	4,569	18,756	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	2,079	4,730	2,927	3,733	3,545	4,519	5,019	26,552
358	3,403	3,509	4,425	3,547	4,355	4,569	23,808	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	4,730	2,927	4,828	4,716	3,403	3,630	27,942
359	4,554	4,812	1,000	4,536	2,583	4,569	22,054	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	4,832	4,730	4,219	4,828	4,716	4,519	5,019	32,862
360	1,995	3,509	3,291	2,868	1,933	1,000	14,595	2,512	4,824	1,000	3,465	11,800	3,708	4,730	2,927	2,861	2,616	3,403	3,630	23,875
361	4,554	3,509	3,291	4,536	3,292	4,569	23,751	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	4,832	4,730	2,927	4,828	3,545	3,403	5,019	29,283
362	1,995	4,812	4,425	2,100	1,000	3,294	17,626	1,956	3,523	1,849	1,840	9,168	3,708	4,730	4,219	2,007	4,716	1,971	5,019	26,369
363	1,995	2,516	3,291	2,868	4,355	3,294	18,319	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	2,875	4,730	2,927	2,861	2,616	2,646	5,019	23,675
364	4,554	3,509	3,291	4,536	4,355	4,569	24,814	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	4,832	4,730	4,219	3,733	3,545	3,403	5,019	29,480
365	4,554	4,812	4,425	4,536	4,355	4,569	27,251	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	4,832	4,730	4,219	4,828	4,716	4,519	5,019	32,862
366	4,554	4,812	4,425	2,868	2,583	2,355	21,597	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	2,875	3,395	4,219	3,733	2,616	3,403	5,019	25,260
367	3,403	4,812	3,291	3,547	4,355	3,294	22,702	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	4,832	3,395	4,219	3,733	4,716	4,519	5,019	30,432
368	3,403	3,509	3,291	3,547	2,583	4,569	20,902	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	3,708	4,730	2,927	3,733	2,616	3,403	3,630	24,747
369	2,639	3,509	3,291	2,868	2,583	3,294	18,184	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	2,875	3,395	2,927	3,733	3,545	2,646	3,630	22,752
370	3,403	4,812	3,291	3,547	2,583	4,569	22,205	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	3,708	4,730	4,219	2,861	2,616	2,646	5,019	25,800
371	2,639	3,509	2,475	2,868	2,583	1,718	15,791	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	2,875	3,395	2,927	2,861	3,545	2,646	2,439	20,689
372	4,554	4,812	3,291	3,547	4,355	4,569	25,128	2,939	3,523	4,152	3,465	14,079	3,708	3,395	4,219	3,733	3,545	4,519	3,630	26,749
373	4,554	3,509	4,425	4,536	2,583	3,294	22,901	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	3,708	4,730	2,927	3,733	4,716	1,971	5,019	26,803

374	3,403	4,812	3,291	2,868	4,355	3,294	22,022	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	4,730	2,927	2,861	3,545	2,646	5,019	25,436
375	3,403	3,509	4,425	3,547	4,355	3,294	22,533	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	4,832	3,395	4,219	2,861	4,716	3,403	5,019	28,445
376	1,000	3,509	3,291	2,868	2,583	4,569	17,819	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	4,730	2,927	2,861	2,616	2,646	3,630	23,119
377	4,554	4,812	3,291	4,536	3,292	3,294	23,779	4,037	4,824	2,842	4,765	16,467	2,875	4,730	2,927	3,733	4,716	3,403	5,019	27,402
378	2,639	3,509	3,291	2,868	3,292	4,569	20,168	4,037	3,523	4,152	3,465	15,176	2,875	4,730	2,927	2,861	3,545	2,646	5,019	24,603
379	3,403	4,812	3,291	3,547	4,355	4,569	23,977	1,000	1,844	1,849	2,497	7,190	2,875	4,730	2,927	3,733	3,545	3,403	3,630	24,843
380	4,554	4,812	4,425	3,547	4,355	4,569	26,262	2,512	4,824	2,842	3,465	13,642	4,832	4,730	4,219	3,733	3,545	4,519	5,019	30,596
381	3,403	3,509	3,291	4,536	4,355	4,569	23,663	4,037	3,523	4,152	4,765	16,476	3,708	4,730	4,219	3,733	3,545	3,403	3,630	26,968
382	2,639	4,812	2,475	2,868	2,583	4,569	19,946	4,037	4,824	2,842	3,465	15,167	2,875	4,730	4,219	2,861	2,616	3,403	5,019	25,724
383	4,554	3,509	3,291	4,536	4,355	3,294	23,539	4,037	3,523	2,842	4,765	15,166	2,875	3,395	2,927	4,828	3,545	4,519	5,019	27,108
384	2,639	3,509	3,291	3,547	2,583	4,569	20,138	2,512	3,523	1,849	3,465	11,349	2,875	4,730	2,927	3,733	2,616	2,646	3,630	23,158

Lanjutan

No	Y						TOTAL Y
	1	2	3	4	5	6	
1.	3,232	3,263	4,801	3,193	3,173	4,382	22,044
2.	3,232	3,263	4,801	3,193	3,173	4,382	22,044
3.	2,616	3,263	3,559	3,193	3,173	3,246	19,050
4.	3,232	4,366	3,559	4,216	3,173	3,246	21,792
5.	4,195	3,263	3,559	4,216	4,146	3,246	22,624
6.	3,232	4,366	3,559	3,193	1,898	3,246	19,494
7.	4,195	4,366	3,559	4,216	3,173	3,246	22,754
8.	4,195	3,263	4,801	4,216	3,173	4,382	24,029
9.	1,968	3,263	3,559	4,216	3,173	4,382	20,561
10.	3,232	2,479	1,809	3,193	3,173	4,382	18,269
11.	2,616	3,263	4,801	3,193	2,539	2,474	18,885
12.	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	6,000
13.	3,232	3,263	4,801	3,193	3,173	4,382	22,044
14.	4,195	3,263	4,801	4,216	3,173	4,382	24,029
15.	3,232	4,366	4,801	3,193	4,146	3,246	22,983
16.	3,232	3,263	4,801	3,193	3,173	4,382	22,044
17.	3,232	2,479	3,559	2,560	1,898	3,246	16,974
18.	1,968	2,479	2,568	1,952	1,000	2,474	12,441
19.	2,616	3,263	2,568	2,560	2,539	3,246	16,792
20.	3,232	3,263	2,568	1,952	3,173	4,382	18,570
21.	3,232	4,366	3,559	1,952	3,173	3,246	19,528
22.	4,195	4,366	3,559	2,560	3,173	4,382	22,235
23.	3,232	3,263	4,801	4,216	3,173	4,382	23,066
24.	1,968	1,000	3,559	1,952	2,539	1,860	12,879
25.	2,616	3,263	4,801	3,193	1,898	3,246	19,016
26.	1,968	3,263	2,568	2,560	2,539	2,474	15,372
27.	2,616	2,479	2,568	2,560	2,539	3,246	16,008
28.	2,616	2,479	2,568	1,952	1,000	1,860	12,475
29.	1,968	2,479	2,568	1,952	1,898	1,860	12,725
30.	4,195	4,366	3,559	3,193	4,146	3,246	22,704
31.	2,616	4,366	3,559	2,560	2,539	3,246	18,886
32.	1,000	1,828	3,559	3,193	2,539	2,474	14,593
33.	1,968	2,479	1,809	1,952	1,898	1,860	11,967
34.	2,616	3,263	2,568	1,952	1,898	1,860	14,156
35.	2,616	2,479	2,568	2,560	2,539	4,382	17,144

36.	1,968	2,479	2,568	1,952	1,898	2,474	13,339
37.	3,232	4,366	4,801	3,193	3,173	4,382	23,147
38.	2,616	2,479	2,568	2,560	2,539	2,474	15,236
39.	1,968	3,263	1,809	3,193	3,173	4,382	17,788
40.	1,000	4,366	4,801	1,000	1,000	4,382	16,548
41.	3,232	3,263	2,568	1,952	1,898	1,860	14,772
42.	1,968	2,479	2,568	1,952	2,539	2,474	13,981
43.	1,968	1,828	1,000	1,952	1,898	3,246	11,892
44.	3,232	4,366	3,559	3,193	4,146	3,246	21,742
45.	4,195	3,263	2,568	3,193	4,146	4,382	21,746
46.	4,195	3,263	3,559	4,216	3,173	3,246	21,651
47.	1,968	1,828	3,559	3,193	4,146	3,246	17,940
48.	1,968	3,263	3,559	3,193	3,173	4,382	19,538
49.	1,968	2,479	1,809	2,560	1,898	2,474	13,188
50.	2,616	3,263	2,568	1,952	1,898	2,474	14,770
51.	1,968	1,000	2,568	3,193	3,173	3,246	15,148
52.	3,232	4,366	3,559	4,216	4,146	3,246	22,765
53.	3,232	3,263	3,559	3,193	3,173	4,382	20,802
54.	2,616	3,263	4,801	3,193	3,173	3,246	20,291
55.	1,000	1,000	1,809	1,952	1,898	1,860	9,519
56.	1,968	2,479	1,809	1,952	2,539	2,474	13,222
57.	2,616	2,479	1,809	1,000	1,000	1,000	9,905
58.	1,000	3,263	4,801	1,000	3,173	1,000	14,236
59.	1,000	1,000	2,568	1,000	1,000	2,474	9,042
60.	1,000	1,828	3,559	2,560	2,539	2,474	13,960
61.	3,232	4,366	3,559	4,216	4,146	3,246	22,765
62.	2,616	2,479	3,559	2,560	2,539	2,474	16,227
63.	2,616	1,828	2,568	3,193	1,000	1,000	12,205
64.	3,232	3,263	4,801	3,193	4,146	4,382	23,016
65.	3,232	4,366	2,568	3,193	4,146	3,246	20,750
66.	1,968	3,263	4,801	3,193	1,898	4,382	19,504
67.	4,195	3,263	3,559	4,216	3,173	3,246	21,651
68.	4,195	4,366	3,559	4,216	4,146	4,382	24,863
69.	2,616	1,828	3,559	2,560	2,539	2,474	15,576
70.	3,232	4,366	3,559	3,193	4,146	3,246	21,742
71.	1,968	2,479	3,559	3,193	2,539	4,382	18,121
72.	4,195	3,263	2,568	4,216	3,173	3,246	20,660
73.	3,232	3,263	4,801	4,216	2,539	3,246	21,297
74.	3,232	3,263	4,801	3,193	4,146	4,382	23,016
75.	2,616	3,263	4,801	3,193	3,173	4,382	21,427

76.	3,232	4,366	3,559	3,193	4,146	2,474	20,970
77.	1,968	1,828	3,559	3,193	3,173	4,382	18,103
78.	3,232	4,366	3,559	3,193	4,146	3,246	21,742
79.	3,232	2,479	2,568	1,000	2,539	3,246	15,064
80.	2,616	1,828	3,559	2,560	2,539	2,474	15,576
81.	2,616	2,479	2,568	2,560	2,539	2,474	15,236
82.	4,195	3,263	3,559	4,216	4,146	3,246	22,624
83.	3,232	4,366	4,801	4,216	3,173	3,246	23,033
84.	2,616	3,263	3,559	4,216	3,173	4,382	21,209
85.	3,232	4,366	4,801	4,216	3,173	3,246	23,033
86.	2,616	3,263	3,559	1,952	1,898	3,246	16,533
87.	4,195	4,366	3,559	4,216	3,173	3,246	22,754
88.	3,232	3,263	4,801	3,193	4,146	4,382	23,016
89.	2,616	2,479	3,559	2,560	2,539	3,246	16,999
90.	2,616	3,263	4,801	2,560	3,173	3,246	19,658
91.	3,232	1,828	3,559	3,193	1,898	3,246	16,956
92.	3,232	4,366	3,559	3,193	4,146	3,246	21,742
93.	4,195	4,366	3,559	3,193	4,146	3,246	22,704
94.	1,968	3,263	1,809	1,952	3,173	3,246	15,411
95.	1,968	2,479	2,568	1,000	1,898	1,860	11,773
96.	4,195	4,366	4,801	3,193	4,146	2,474	23,174
97.	1,968	2,479	3,559	1,952	1,898	2,474	14,330
98.	4,195	4,366	3,559	4,216	3,173	3,246	22,754
99.	4,195	4,366	4,801	3,193	4,146	4,382	25,082
100.	3,232	3,263	4,801	3,193	4,146	4,382	23,016
101.	3,232	4,366	4,801	3,193	4,146	2,474	22,211
102.	1,968	1,828	2,568	1,952	1,898	1,860	12,074
103.	3,232	4,366	3,559	4,216	1,898	3,246	20,516
104.	3,232	2,479	3,559	2,560	1,898	3,246	16,974
105.	1,968	1,000	3,559	1,952	2,539	3,246	14,265
106.	3,232	2,479	4,801	3,193	3,173	3,246	20,124
107.	4,195	3,263	3,559	4,216	3,173	4,382	22,787
108.	3,232	4,366	4,801	3,193	2,539	4,382	22,513
109.	1,968	3,263	2,568	2,560	1,898	1,860	14,117
110.	2,616	1,828	1,809	1,952	2,539	2,474	13,218
111.	2,616	2,479	3,559	2,560	2,539	3,246	16,999
112.	1,968	4,366	3,559	2,560	3,173	2,474	18,100
113.	3,232	4,366	4,801	3,193	4,146	1,860	21,597
114.	1,000	1,828	3,559	1,000	3,173	3,246	13,806
115.	2,616	3,263	3,559	2,560	3,173	4,382	19,553

116.	1,968	3,263	3,559	1,952	2,539	2,474	15,755
117.	4,195	4,366	3,559	3,193	4,146	3,246	22,704
118.	2,616	2,479	3,559	1,952	1,898	1,860	14,364
119.	4,195	3,263	4,801	3,193	4,146	4,382	23,979
120.	1,968	3,263	4,801	3,193	4,146	3,246	20,616
121.	2,616	1,828	2,568	2,560	2,539	2,474	14,585
122.	1,968	1,828	3,559	2,560	4,146	1,860	15,921
123.	2,616	4,366	3,559	4,216	3,173	4,382	22,312
124.	2,616	3,263	4,801	4,216	3,173	4,382	22,450
125.	1,000	2,479	3,559	4,216	1,898	3,246	16,398
126.	1,968	3,263	2,568	1,952	1,000	1,860	12,611
127.	4,195	3,263	3,559	4,216	4,146	3,246	22,624
128.	1,000	2,479	2,568	2,560	3,173	2,474	14,254
129.	2,616	2,479	1,809	1,952	1,000	1,000	10,857
130.	1,000	1,000	3,559	1,952	1,898	1,860	11,269
131.	4,195	4,366	3,559	4,216	4,146	4,382	24,863
132.	4,195	3,263	3,559	2,560	3,173	4,382	21,131
133.	4,195	4,366	3,559	4,216	4,146	3,246	23,727
134.	2,616	2,479	1,809	1,952	1,898	1,860	12,614
135.	4,195	3,263	4,801	3,193	3,173	4,382	23,006
136.	4,195	3,263	3,559	4,216	4,146	3,246	22,624
137.	2,616	3,263	2,568	3,193	2,539	4,382	18,561
138.	1,968	2,479	3,559	1,952	1,898	2,474	14,330
139.	1,000	3,263	1,809	1,952	1,000	1,000	10,024
140.	1,968	1,828	3,559	4,216	3,173	3,246	17,990
141.	3,232	3,263	4,801	1,000	1,898	3,246	17,439
142.	1,000	1,828	2,568	1,000	1,000	1,000	8,396
143.	1,000	1,000	1,809	1,000	1,000	1,000	6,809
144.	3,232	4,366	4,801	3,193	4,146	4,382	24,119
145.	1,968	3,263	4,801	3,193	4,146	4,382	21,752
146.	4,195	4,366	3,559	3,193	4,146	3,246	22,704
147.	2,616	2,479	3,559	1,952	4,146	3,246	17,998
148.	2,616	3,263	3,559	1,952	2,539	3,246	17,175
149.	1,000	2,479	4,801	1,000	3,173	4,382	16,835
150.	3,232	2,479	3,559	3,193	4,146	3,246	19,855
151.	4,195	4,366	3,559	2,560	1,898	3,246	19,823
152.	3,232	2,479	3,559	3,193	2,539	3,246	18,249
153.	4,195	3,263	3,559	4,216	3,173	3,246	21,651
154.	2,616	2,479	1,809	1,952	1,898	1,860	12,614
155.	1,968	2,479	3,559	3,193	2,539	3,246	16,985

156.	3,232	3,263	4,801	1,952	3,173	1,860	18,281
157.	4,195	4,366	3,559	4,216	3,173	4,382	23,890
158.	1,968	2,479	3,559	1,952	1,898	1,860	13,716
159.	1,968	3,263	2,568	1,952	1,898	2,474	14,122
160.	1,000	1,828	4,801	1,952	3,173	3,246	15,999
161.	3,232	3,263	4,801	3,193	4,146	4,382	23,016
162.	1,968	3,263	3,559	3,193	3,173	3,246	18,402
163.	4,195	1,000	3,559	1,952	1,000	4,382	16,088
164.	1,000	2,479	2,568	1,952	1,898	2,474	12,370
165.	1,000	1,828	3,559	3,193	3,173	4,382	17,135
166.	1,968	4,366	3,559	1,952	1,000	1,860	14,705
167.	1,968	1,828	1,000	1,000	1,000	1,000	7,796
168.	3,232	4,366	2,568	1,952	1,000	1,860	14,978
169.	1,968	3,263	3,559	1,952	3,173	3,246	17,161
170.	3,232	4,366	3,559	3,193	1,898	3,246	19,494
171.	3,232	4,366	3,559	4,216	3,173	3,246	21,792
172.	3,232	4,366	4,801	3,193	3,173	4,382	23,147
173.	4,195	4,366	4,801	1,000	1,000	3,246	18,607
174.	3,232	2,479	3,559	4,216	3,173	3,246	19,905
175.	4,195	4,366	4,801	2,560	4,146	4,382	24,449
176.	3,232	3,263	4,801	3,193	4,146	4,382	23,016
177.	4,195	3,263	3,559	1,952	4,146	4,382	21,496
178.	1,968	3,263	4,801	2,560	2,539	3,246	18,377
179.	2,616	3,263	3,559	3,193	2,539	2,474	17,644
180.	1,000	1,000	4,801	1,000	1,000	1,000	9,801
181.	1,968	3,263	4,801	3,193	2,539	3,246	19,010
182.	3,232	4,366	3,559	4,216	3,173	4,382	22,928
183.	3,232	4,366	4,801	3,193	3,173	4,382	23,147
184.	3,232	3,263	4,801	4,216	4,146	4,382	24,039
185.	1,968	3,263	4,801	3,193	2,539	3,246	19,010
186.	4,195	4,366	3,559	3,193	4,146	4,382	23,840
187.	4,195	3,263	3,559	1,952	3,173	3,246	19,387
188.	3,232	3,263	4,801	3,193	3,173	3,246	20,907
189.	4,195	3,263	3,559	4,216	4,146	3,246	22,624
190.	3,232	4,366	3,559	3,193	4,146	4,382	22,878
191.	3,232	4,366	3,559	2,560	3,173	3,246	20,136
192.	3,232	3,263	3,559	3,193	3,173	3,246	19,666
193.	2,616	4,366	4,801	4,216	4,146	4,382	24,526
194.	1,968	1,828	3,559	1,952	1,898	1,860	13,065
195.	3,232	2,479	2,568	4,216	3,173	3,246	18,914

196.	3,232	3,263	2,568	3,193	4,146	3,246	19,647
197.	1,968	3,263	2,568	2,560	2,539	2,474	15,372
198.	1,968	2,479	2,568	2,560	1,898	4,382	15,855
199.	1,968	1,828	2,568	1,952	1,898	3,246	13,460
200.	3,232	4,366	4,801	3,193	4,146	3,246	22,983
201.	2,616	2,479	2,568	2,560	2,539	2,474	15,236
202.	3,232	2,479	3,559	3,193	3,173	4,382	20,018
203.	3,232	3,263	4,801	1,952	3,173	3,246	19,666
204.	3,232	1,828	1,809	1,952	1,898	1,860	12,579
205.	1,968	1,828	2,568	1,952	2,539	2,474	13,329
206.	1,968	1,828	3,559	1,000	1,898	1,860	12,113
207.	1,000	1,828	3,559	1,952	1,000	1,000	10,339
208.	1,968	1,828	3,559	2,560	2,539	2,474	14,928
209.	3,232	4,366	3,559	1,952	1,898	3,246	18,253
210.	1,968	3,263	2,568	1,952	1,898	1,860	13,509
211.	1,968	1,828	3,559	1,952	1,898	1,860	13,065
212.	3,232	3,263	3,559	2,560	1,898	3,246	17,757
213.	1,000	1,828	2,568	1,000	2,539	2,474	11,409
214.	4,195	3,263	3,559	4,216	4,146	3,246	22,624
215.	2,616	2,479	3,559	2,560	1,898	1,860	14,972
216.	2,616	3,263	2,568	3,193	2,539	3,246	17,425
217.	3,232	3,263	3,559	1,952	1,898	1,860	15,764
218.	1,968	2,479	3,559	2,560	1,000	4,382	15,949
219.	1,000	2,479	2,568	1,952	2,539	2,474	13,012
220.	4,195	3,263	3,559	1,000	3,173	1,860	17,050
221.	1,968	3,263	1,809	1,952	1,000	1,000	10,992
222.	2,616	2,479	2,568	2,560	2,539	2,474	15,236
223.	1,000	1,000	3,559	1,952	3,173	2,474	13,158
224.	2,616	4,366	3,559	2,560	2,539	3,246	18,886
225.	2,616	3,263	3,559	3,193	1,898	2,474	17,002
226.	2,616	4,366	3,559	3,193	2,539	2,474	18,747
227.	1,000	1,000	1,809	1,000	1,000	1,000	6,809
228.	2,616	3,263	3,559	3,193	2,539	4,382	19,552
229.	2,616	3,263	1,809	2,560	1,000	3,246	14,494
230.	1,968	2,479	3,559	4,216	2,539	3,246	18,008
231.	1,968	1,828	3,559	2,560	2,539	2,474	14,928
232.	3,232	3,263	3,559	3,193	2,539	2,474	18,260
233.	1,968	2,479	3,559	2,560	1,898	2,474	14,938
234.	3,232	3,263	3,559	3,193	3,173	3,246	19,666
235.	2,616	3,263	2,568	2,560	2,539	3,246	16,792

236.	1,968	1,828	3,559	2,560	2,539	4,382	16,837
237.	1,968	1,828	2,568	1,952	1,898	1,000	11,214
238.	4,195	3,263	4,801	4,216	4,146	3,246	23,865
239.	3,232	3,263	3,559	3,193	3,173	3,246	19,666
240.	2,616	3,263	4,801	3,193	2,539	4,382	20,794
241.	2,616	3,263	4,801	2,560	2,539	4,382	20,161
242.	3,232	3,263	3,559	3,193	3,173	3,246	19,666
243.	1,968	3,263	2,568	3,193	2,539	2,474	16,005
244.	1,968	3,263	2,568	3,193	4,146	3,246	18,384
245.	3,232	1,828	1,809	4,216	3,173	4,382	18,640
246.	1,000	3,263	3,559	2,560	1,898	3,246	15,525
247.	1,968	1,000	3,559	1,000	2,539	1,860	11,927
248.	1,968	2,479	3,559	1,952	3,173	3,246	16,378
249.	3,232	1,828	3,559	1,952	1,000	3,246	14,817
250.	1,968	2,479	4,801	3,193	2,539	1,860	16,841
251.	3,232	4,366	3,559	3,193	3,173	4,382	21,905
252.	3,232	3,263	3,559	3,193	3,173	3,246	19,666
253.	3,232	3,263	3,559	3,193	3,173	3,246	19,666
254.	2,616	3,263	3,559	1,952	2,539	1,860	15,789
255.	4,195	3,263	3,559	4,216	3,173	3,246	21,651
256.	4,195	3,263	3,559	3,193	4,146	3,246	21,601
257.	2,616	3,263	3,559	1,952	2,539	1,860	15,789
258.	1,968	1,000	3,559	3,193	4,146	3,246	17,112
259.	3,232	3,263	4,801	3,193	4,146	4,382	23,016
260.	1,968	2,479	3,559	2,560	1,898	2,474	14,938
261.	1,968	2,479	1,000	1,952	1,898	1,860	11,157
262.	4,195	3,263	4,801	3,193	4,146	3,246	22,843
263.	1,968	3,263	1,809	1,952	1,898	2,474	13,364
264.	1,000	1,000	2,568	2,560	2,539	2,474	12,141
265.	3,232	4,366	4,801	3,193	3,173	4,382	23,147
266.	1,000	1,000	2,568	1,000	1,000	1,860	8,428
267.	1,968	2,479	3,559	1,000	3,173	1,860	14,040
268.	2,616	3,263	3,559	3,193	2,539	4,382	19,552
269.	2,616	3,263	2,568	1,952	1,898	3,246	15,542
270.	3,232	3,263	4,801	4,216	3,173	3,246	21,930
271.	1,000	2,479	3,559	2,560	2,539	3,246	15,383
272.	4,195	2,479	3,559	1,000	1,898	1,860	14,991
273.	1,968	2,479	2,568	1,952	2,539	1,860	13,367
274.	2,616	3,263	2,568	1,952	1,898	2,474	14,770
275.	3,232	3,263	3,559	3,193	3,173	3,246	19,666

276.	2,616	2,479	2,568	2,560	2,539	4,382	17,144
277.	1,968	1,828	4,801	1,000	1,000	1,860	12,457
278.	1,968	4,366	4,801	3,193	4,146	3,246	21,719
279.	4,195	3,263	3,559	4,216	4,146	3,246	22,624
280.	2,616	2,479	2,568	2,560	2,539	2,474	15,236
281.	4,195	3,263	4,801	1,952	4,146	3,246	21,602
282.	1,968	2,479	2,568	1,952	2,539	1,860	13,367
283.	4,195	4,366	3,559	3,193	4,146	1,860	21,318
284.	2,616	2,479	3,559	2,560	2,539	3,246	16,999
285.	2,616	2,479	2,568	2,560	2,539	2,474	15,236
286.	1,968	3,263	4,801	3,193	4,146	3,246	20,616
287.	1,968	2,479	2,568	1,952	1,898	2,474	13,339
288.	1,968	2,479	3,559	3,193	2,539	1,000	14,739
289.	2,616	4,366	3,559	2,560	4,146	3,246	20,492
290.	1,968	1,828	3,559	1,952	2,539	2,474	14,320
291.	1,968	1,828	3,559	1,952	1,898	3,246	14,451
292.	1,000	1,828	2,568	3,193	1,898	2,474	12,960
293.	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	6,000
294.	2,616	3,263	3,559	2,560	1,898	2,474	16,369
295.	3,232	4,366	3,559	4,216	4,146	4,382	23,901
296.	2,616	2,479	2,568	2,560	2,539	2,474	15,236
297.	2,616	2,479	2,568	1,952	1,898	2,474	13,986
298.	1,968	2,479	3,559	1,952	1,898	1,860	13,716
299.	1,968	2,479	2,568	1,952	1,898	2,474	13,339
300.	1,000	1,828	2,568	2,560	3,173	3,246	14,374
301.	1,968	3,263	3,559	3,193	2,539	3,246	17,768
302.	1,968	2,479	1,809	2,560	1,898	2,474	13,188
303.	1,968	1,828	3,559	1,000	1,898	2,474	12,727
304.	3,232	1,828	2,568	2,560	2,539	3,246	15,973
305.	2,616	3,263	2,568	1,952	1,000	3,246	14,644
306.	2,616	1,828	1,809	1,952	1,898	2,474	12,576
307.	1,968	1,828	2,568	1,952	1,898	1,860	12,074
308.	3,232	3,263	3,559	3,193	3,173	3,246	19,666
309.	1,000	2,479	1,809	1,000	1,000	2,474	9,762
310.	1,000	2,479	3,559	2,560	2,539	1,860	13,998
311.	2,616	2,479	2,568	1,952	2,539	1,860	14,015
312.	3,232	4,366	4,801	3,193	3,173	3,246	22,010
313.	2,616	3,263	3,559	2,560	2,539	2,474	17,011
314.	2,616	3,263	2,568	1,952	2,539	2,474	15,412
315.	3,232	3,263	4,801	4,216	4,146	3,246	22,903

316.	4,195	4,366	3,559	4,216	4,146	3,246	23,727
317.	4,195	3,263	3,559	4,216	4,146	3,246	22,624
318.	3,232	4,366	3,559	3,193	1,898	4,382	20,630
319.	3,232	4,366	3,559	4,216	4,146	3,246	22,765
320.	3,232	4,366	4,801	3,193	4,146	4,382	24,119
321.	1,968	1,828	3,559	1,000	1,000	3,246	12,601
322.	4,195	4,366	4,801	4,216	4,146	4,382	26,105
323.	2,616	2,479	3,559	3,193	3,173	3,246	18,266
324.	3,232	3,263	3,559	3,193	3,173	3,246	19,666
325.	3,232	4,366	3,559	3,193	4,146	3,246	21,742
326.	3,232	3,263	4,801	4,216	3,173	4,382	23,066
327.	4,195	3,263	3,559	4,216	3,173	4,382	22,787
328.	4,195	4,366	4,801	4,216	4,146	2,474	24,196
329.	4,195	4,366	4,801	4,216	4,146	4,382	26,105
330.	2,616	3,263	4,801	4,216	3,173	3,246	21,314
331.	1,000	4,366	3,559	4,216	4,146	3,246	20,532
332.	3,232	2,479	3,559	3,193	4,146	3,246	19,855
333.	3,232	3,263	4,801	3,193	4,146	4,382	23,016
334.	2,616	2,479	2,568	1,952	1,898	1,000	12,513
335.	3,232	3,263	3,559	2,560	3,173	3,246	19,033
336.	3,232	2,479	3,559	3,193	4,146	3,246	19,855
337.	3,232	4,366	3,559	4,216	4,146	3,246	22,765
338.	4,195	4,366	4,801	4,216	4,146	4,382	26,105
339.	4,195	4,366	4,801	4,216	4,146	4,382	26,105
340.	3,232	3,263	3,559	4,216	3,173	4,382	21,825
341.	4,195	4,366	4,801	3,193	3,173	3,246	22,973
342.	4,195	2,479	3,559	4,216	3,173	2,474	20,096
343.	1,968	1,828	3,559	2,560	3,173	4,382	17,470
344.	4,195	3,263	3,559	4,216	4,146	3,246	22,624
345.	1,968	2,479	3,559	4,216	4,146	3,246	19,614
346.	4,195	4,366	4,801	4,216	4,146	4,382	26,105
347.	4,195	4,366	4,801	4,216	4,146	4,382	26,105
348.	2,616	1,828	2,568	1,952	2,539	1,860	13,363
349.	4,195	4,366	3,559	4,216	3,173	3,246	22,754
350.	4,195	3,263	3,559	4,216	3,173	4,382	22,787
351.	1,968	3,263	4,801	3,193	1,898	3,246	18,368
352.	3,232	4,366	4,801	3,193	4,146	4,382	24,119
353.	4,195	4,366	4,801	4,216	4,146	4,382	26,105
354.	2,616	1,828	2,568	1,952	2,539	1,860	13,363
355.	3,232	3,263	3,559	1,000	4,146	3,246	18,446

356.	1,968	3,263	3,559	1,952	3,173	3,246	17,161
357.	1,000	1,000	4,801	4,216	4,146	4,382	19,544
358.	4,195	4,366	4,801	3,193	4,146	4,382	25,082
359.	4,195	4,366	3,559	4,216	4,146	4,382	24,863
360.	1,000	3,263	2,568	1,952	2,539	1,860	13,182
361.	3,232	4,366	4,801	3,193	4,146	3,246	22,983
362.	1,968	3,263	3,559	3,193	1,898	3,246	17,127
363.	1,000	3,263	4,801	1,000	3,173	4,382	17,618
364.	4,195	2,479	4,801	4,216	3,173	3,246	22,109
365.	2,616	3,263	4,801	3,193	3,173	4,382	21,427
366.	4,195	2,479	3,559	2,560	2,539	2,474	17,806
367.	4,195	4,366	3,559	4,216	3,173	4,382	23,890
368.	2,616	2,479	3,559	3,193	3,173	3,246	18,266
369.	3,232	3,263	2,568	2,560	2,539	2,474	16,636
370.	2,616	2,479	1,809	1,000	1,000	1,860	10,765
371.	2,616	3,263	2,568	2,560	1,898	1,860	14,764
372.	1,968	3,263	3,559	4,216	3,173	3,246	19,425
373.	1,968	2,479	4,801	1,000	1,898	1,860	14,006
374.	2,616	4,366	3,559	2,560	4,146	2,474	19,720
375.	4,195	3,263	4,801	4,216	4,146	3,246	23,865
376.	3,232	4,366	3,559	1,952	2,539	2,474	18,122
377.	1,968	3,263	3,559	2,560	3,173	3,246	17,769
378.	1,000	3,263	2,568	1,952	2,539	3,246	14,568
379.	4,195	3,263	4,801	4,216	3,173	4,382	24,029
380.	3,232	3,263	4,801	3,193	3,173	4,382	22,044
381.	3,232	3,263	4,801	4,216	3,173	3,246	21,930
382.	1,000	4,366	3,559	3,193	2,539	4,382	19,039
383.	4,195	4,366	3,559	4,216	4,146	3,246	23,727
384.	1,968	2,479	3,559	2,560	1,898	1,860	14,324

Lampiran 5: Output SPSS

1. Uji Validitas

a. Variabel *Lifestyle* (X1)

		Correlations						
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	Lifestyle
X1_1	Pearson Correlation	1	.378**	.407**	.549**	.409**	.303**	.734**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
X1_2	Pearson Correlation	.378**	1	.415**	.267**	.205**	.311**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
X1_3	Pearson Correlation	.407**	.415**	1	.531**	.379**	.367**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
X1_4	Pearson Correlation	.549**	.267**	.531**	1	.511**	.281**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
X1_5	Pearson Correlation	.409**	.205**	.379**	.511**	1	.364**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
X1_6	Pearson Correlation	.303**	.311**	.367**	.281**	.364**	1	.625**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
Lifestyle	Pearson Correlation	.734**	.613**	.745**	.758**	.692**	.625**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	384	384	384	384	384	384	384

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

b. Variabel Uang Saku (X2)

		Correlations				
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Uang Saku
X2_1	Pearson Correlation	1	.461**	.364**	.450**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384
X2_2	Pearson Correlation	.461**	1	.152**	.183**	.645**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000	.000
	N	384	384	384	384	384
X2_3	Pearson Correlation	.364**	.152**	1	.267**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.000
	N	384	384	384	384	384
X2_4	Pearson Correlation	.450**	.183**	.267**	1	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	384	384	384	384	384
Uang Saku	Pearson Correlation	.814**	.645**	.640**	.686**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	384	384	384	384	384

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

c. Variabel *Trend Fashion* (X3)

Correlations								
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	Trend Fashion
X3_1	Pearson Correlation	1	.124 [*]	.346 ^{**}	.416 ^{**}	.422 ^{**}	.431 ^{**}	.166 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.015	.000	.000	.000	.000	.001
	N	384	384	384	384	384	384	384
X3_2	Pearson Correlation	.124 [*]	1	.198 ^{**}	.118 [*]	.178 ^{**}	.132 ^{**}	.349 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.015		.000	.021	.000	.010	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
X3_3	Pearson Correlation	.346 ^{**}	.198 ^{**}	1	.331 ^{**}	.293 ^{**}	.367 ^{**}	.278 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
X3_4	Pearson Correlation	.416 ^{**}	.118 [*]	.331 ^{**}	1	.480 ^{**}	.435 ^{**}	.202 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.000		.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
X3_5	Pearson Correlation	.422 ^{**}	.178 ^{**}	.293 ^{**}	.480 ^{**}	1	.368 ^{**}	.189 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
X3_6	Pearson Correlation	.431 ^{**}	.132 ^{**}	.367 ^{**}	.435 ^{**}	.368 ^{**}	1	.187 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000	.000	.000		.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
X3_7	Pearson Correlation	.166 ^{**}	.349 ^{**}	.278 ^{**}	.202 ^{**}	.189 ^{**}	.187 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	384	384	384	384	384	384	384
Trend Fashion	Pearson Correlation	.672 ^{**}	.469 ^{**}	.644 ^{**}	.690 ^{**}	.677 ^{**}	.676 ^{**}	.532 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	384	384	384	384	384	384	384

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

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

d. Variabel *Perilaku Konsumtif* (Y)

Correlations								
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Perilaku Konsumtif
Y1	Pearson Correlation	1	.569**	.343**	.541**	.518**	.417**	.747**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
Y2	Pearson Correlation	.569**	1	.414**	.483**	.487**	.425**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
Y3	Pearson Correlation	.343**	.414**	1	.408**	.493**	.497**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
Y4	Pearson Correlation	.541**	.483**	.408**	1	.627**	.557**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
Y5	Pearson Correlation	.518**	.487**	.493**	.627**	1	.539**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
Y6	Pearson Correlation	.417**	.425**	.497**	.557**	.539**	1	.756**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.747**	.744**	.692**	.797**	.807**	.756**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	384	384	384	384	384	384	384

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

2. Uji Reliabilitas

- a. Variabel *Lifestyle* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	6

- b. Variabel Uang Saku (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.644	4

- c. Variabel *Trend Fashion* (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	7

- d. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	6

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		384
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2710.157953
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.045
	Negative	-.049
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

b. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-897.705	1084.327		-.828	.408		
	Lifestyle	.281	.051	.254	5.506	.000	.490	2.041
	Uang Saku	-.131	.058	-.075	-2.261	.024	.937	1.067
	Trend Fashion	.629	.050	.591	12.706	.000	.483	2.070

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

c. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3358.956	687.322		4.887	.000
	Lifestyle	-.019	.032	-.042	-.576	.565
	Uang Saku	.011	.037	.015	.289	.772
	Trend Fashion	-.043	.031	-.101	-1.380	.169

a. Dependent Variable: ABS_RES

4. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-897.705	1084.327		-.828	.408
Lifestyle	.281	.051	.254	5.506	.000
Uang Saku	-.131	.058	-.075	-2.261	.024
Trend Fashion	.629	.050	.591	12.706	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4277464063	3	1425821354	192.602	.000 ^b
	Residual	2813118199	380	7402942.628		
	Total	7090582262	383			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Trend Fashion, Uang Saku, Lifestyle

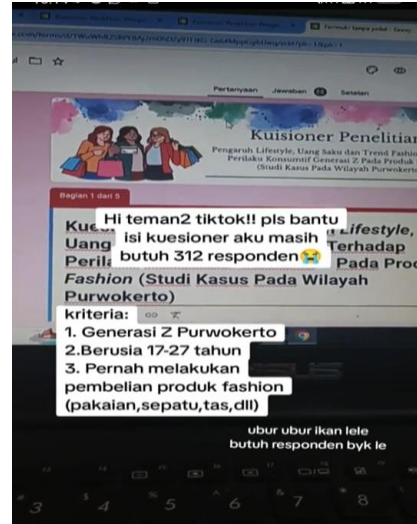
c. Koefisien Determinasi *Adjusted* (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.603	.600	2720.835

a. Predictors: (Constant), Trend Fashion, Uang Saku, Lifestyle

Lampiran 6: Dokumentasi Penyebaran Kuisioner



Lampiran 7: Surat

Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-835624, Fax: 0281-636553; Website: febl.uinsu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 27/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/1/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Fadila Khoerunnisa
 NIM : 214110201043
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Pembimbing Skripsi : H. Kholilur Rahman, Lc., M.A.
 Judul : Pengaruh Lifestyle, Uang Saku dan Trend Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Produk Fashion

Pada tanggal 6 Januari 2025 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 6 Januari 2025
 Koord. Prodi Ekonomi Syariah

H. Sochimim, Lc., M.Si.
 NIP. 19691009 200312 1 001

Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 744/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/4/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Fadila Khoerunnisa

NIM : 214110201043

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 11 April 2025 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **85 / A-**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 14 April 2025
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dr. H. Sochimim, Lc., M.Si.
NIP. 19691009 200312 1 001

Sertifikat BTA-PPI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
UPT MA'HAD AL-JAMI'AH

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp: 0281-635624, 628250 | www.uinsaiu.ac.id

SERTIFIKAT

Nomor: Un.17/UPT.MAJ/37/11/2022

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jami'ah UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri kepada:

FADILA KHOERUNNISA

(NIM: 214110201043)

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

Tulis	: 99
Tartil	: 88
Imla'	: 84
Praktek	: 90
Tahfidz	: 87



ValidationCode

Sertifikat IQLA


 MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
 STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
 LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
 Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaiizu.ac.id | www.bahasa.uinsaiizu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية جمهورية اندونيسيا
 جامعة الأستاذ كيهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو
 الوحدة لتتسية اللغة

CERTIFICATE
 الشهادة
 No.B-5424/Un.19/K.Bhs/PP.009/ 1/2022

This is to certify that
 Name : **FADILA KHOERUNNISA**
 Place and Date of Birth : **BANYUMAS, 11 Agustus 2003**
 Has taken **IQLA**
 with Computer Based Test,
 organized by Language Development Unit on : **10 Desember 2021**
 with obtained result as follows :

Listening Comprehension: **56** فهم السموع
 Structure and Written Expression: **55** فهم العبارات والتراكيب
 Reading Comprehension: **48** فهم المقروء
Obtained Score : 530 المجموع الكلي

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كيهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو.

Purwokerto, **10 Januari 2022**
 The Head of Language Development Unit,
 رئيسة الوحدة لتتسية اللغة

 M. Mulihah, S.S., M.Pd.
 NIP.19720923-200003 2 001




EPTUS
 English Proficiency Test of UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
 IQLA
 Bahasa Arab al-Qur'aniyah al-Ulughah al-Arabiyah

Sertifikat EPTUS


 MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA
 STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
 LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT
 Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaiizu.ac.id | www.bahasa.uinsaiizu.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية جمهورية اندونيسيا
 جامعة الأستاذ كيهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو
 الوحدة لتتسية اللغة

CERTIFICATE
 الشهادة
 No.:B-948/Un.19/K.Bhs/PP.009/ 2/2022

This is to certify that
 Name : **FADILA KHOERUNNISA**
 Place and Date of Birth : **BANYUMAS, 11 Agustus 2003**
 Has taken **EPTUS**
 with Computer Based Test,
 organized by Language Development Unit on : **02 Agustus 2021**
 with obtained result as follows :

Listening Comprehension: **43** فهم السموع
 Structure and Written Expression: **58** فهم العبارات والتراكيب
 Reading Comprehension: **52** فهم المقروء
Obtained Score : 510 المجموع الكلي

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كيهي الحاج سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بوروكرتو.

Purwokerto, **07 Februari 2022**
 The Head of Language Development Unit,
 رئيسة الوحدة لتتسية اللغة

 M. Mulihah, S.S., M.Pd.
 NIP.19720923-200003 2 001




EPTUS
 English Proficiency Test of UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
 IQLA
 Bahasa Arab al-Qur'aniyah al-Ulughah al-Arabiyah

Sertifikat KKN



Sertifikat

Nomor Sertifikat : 1693/2588K.LPPM/KKN.54/08/2024

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa : **FADILA KHOERUNNISA**
NIM : **214110201043**

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-54 Tahun 2024,
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **92 (A)**.



Certificate Validation

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. IDENTITAS DIRI

1. Nama Lengkap : Fadila Khoerunnisa
2. NIM : 214110201043
3. Tempat, Tanggal Lahir : Banyumas, 11 Agustus 2003
4. Alamat Domisili : Jl. Gerilya Gg II RT 6/1 Tanjung, Purwokerto
Selatan, Kabupaten Banyumas
5. Nama Orang Tua
Nama Ayah : Purwondo
Nama Ibu : Sutari

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK/PAUD : TK Pertiwi 2 Tanjung
2. SD : SD Negeri 3 Tanjung
3. SMP : SMP Negeri 2 Karanglewas
4. SMK : SMK Negeri 3 Purwokero
5. Perguruan Tinggi : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Purwokerto, 06 Mei 2025



Fadila Khoerunnisa

NIM. 214110201043