

LAMPIRAN 1

KUISIONER PENELITIAN

Kepada responden yang terhormat,

Assalamualikum Wr. Wb. Perkenalkan nama saya Wahyu Pradana, Mahasiswa yang mengambil program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian sebagai syarat akhir untuk menyelesaikan jenjang studi S1 pada perkuliahan. Topik yang saya pilih pada penelitian saya adalah Manajemen Pemasaran dengan judul **“Pengaruh *Social Media Marketing* Dan *E-Lifestyle* Terhadap Loyalitas Pelanggan Layanan Streaming Video On Demand Berbayar Dengan *Perceived Behavioral Control* Sebagai Variabel Mediasi”**. **(Studi Pada Pelanggan Aplikasi Layanan Streaming Video Berbayar Di Surabaya)**. Dengan ini memohon kesediaan dari para responden untuk membantu saya dalam berpartisipasi mengisi kuesioner ini. Jawaban dari responden amat sangat berarti untuk membantu penelitian yang sedang saya lakukan, segala bentuk data diri responden akan terjaga kerahasiannya. Atas ketersediannya saya ucapkan Terima Kasih.

Hormat Saya

Wahyu Pradana

LEMBAR KUESIONER

A. Identitas Responden

Nama / Inisial responden :

Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

Usia :

- 18-25 tahun
- 26-30 tahun
- 31-35 tahun
- Diatas 35 tahun

Jenjang Pendidikan

- SMA/SMK
- D3
- S1
- S2

Pekerjaan

- Mahasiswa/ pelajar
- Karyawan swasta
- Wiraswasta

- PNS/TNI/POLRI

Berapa lama anda menggunakan aplikasi Layanan Streaming Video On Demand Berbayar dalam waktu sehari ?

- 1-3 jam
- 4-7 jam
- >7 jam

Aplikasi video berbayar apa yang anda gunakan ?

- Netflix
- Disneyplus
- Vidio
- We tv
- Iflix

Hal apa yang biasanya anda tonton ?

- Film
- Serial Tv
- Animasi
- Dokumenter
- Berita

Apa tujuan anda berlangganan aplikasi layanan streaming video on demand berbayar ?

- Menambah informasi

- Mengisi waktu luang
- Hiburan
- Mengikuti tren perkembangan zaman
- Memunculkan imajinasi

B. Pernyataan

Berilah tanda (√) pada kolom sesuai jawaban anda

1. SS = Sangat Setuju
2. S = Setuju
3. N = Netral
4. TS = Tidak Setuju
5. STS = Sangat Tidak Setuju

Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<i>Social Media Marketing</i>					
1. Konten promosi Layanan Streaming Video On Demand Berbayar di media sosial sangat relevan.					
2. Pembaruan konten di media sosial Layanan Streaming Video On Demand Berbayar sesuai dengan preferensi anda.					
3. Saya merasa tertarik untuk membagikan konten Layanan Streaming Video On Demand Berbayar kepada teman					
4. Saya merasa kampanye konten					

Layanan Streaming Video On Demand Berbayar memberikan informasi secara menyeluruh					
<i>E-Lifestyle</i>					
1. Saya selalu menggunakan aplikasi Layanan Streaming Video On Demand Berbayar untuk menonton film maupun serial TV terbaru					
2. Saya tertarik untuk menemukan hiburan baru secara daring melalui Layanan Streaming Video On Demand Berbayar					
3. Saya selalu memberikan ulasan produk yang dibagikan secara elektronik pada Aplikasi Layanan Streaming Video On Demand Berbayar					
4. Saya yakin menggunakan aplikasi Layanan Streaming Video On Demand Berbayar dapat meningkatkan nilai-nilai yang tercermin dalam penggunaan teknologi					
Loyalitas Pelanggan					
1. Saya berlangganan aplikasi Layanan Streaming Video On Demand Berbayar setiap bulan					
2. Saya mempertimbangkan Layanan Streaming Video On Demand Berbayar sebagai pilihan pertama tidak akan beralih ke produk lain					
3. Saya selalu merekomendasikan kepada					

teman, keluarga, dan pihak lain untuk berlangganan aplikasi Layanan Streaming Video On Demand Berbayar					
<i>Perceived Behavioral Control</i>					
1. Penggunaan aplikasi Layanan Streaming Video On Demand Berbayar memiliki dampak signifikan terhadap perubahan perilaku keseharian budaya modern.					
2. Saya memiliki kemampuan dalam mempengaruhi individu untuk berlangganan aplikasi Layanan Streaming Video On Demand Berbayar.					

LAMPIRAN 2
TABULASI DATA

Social Media Marketing (X1)				
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
5	4	5	4	18
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
3	3	2	3	11
4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
4	4	3	5	16
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
1	1	2	2	6
4	4	4	3	15
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
4	4	5	4	17
3	3	3	3	12
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	2	2	3	11
4	4	3	3	14
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	4	1	1	9
4	5	4	4	17
5	5	4	4	18
4	3	3	3	13
3	4	3	2	8
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
4	4	3	3	14
5	4	4	5	18
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
4	5	5	4	18

5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	4	4	2	15
5	5	5	5	20
4	5	5	4	18
4	4	5	4	17
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20
2	2	2	1	7
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
1	2	3	4	10
4	5	5	4	18
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	4	3	13
5	5	3	3	16
3	5	3	3	14
3	4	4	4	15
5	3	4	3	15
5	4	5	5	19
2	2	3	2	9
4	3	2	3	12
4	3	2	3	12
5	5	5	5	20
4	4	1	2	11
3	3	3	3	12
4	5	4	4	17
4	3	5	5	17
4	4	5	3	16
5	4	3	5	17
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
4	5	3	5	17
4	5	3	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

3	4	3	3	13
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	1	1	1	7
5	1	4	4	14

E-Lifestyle (X2)				
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
5	4	5	4	18
3	5	4	5	17
5	5	5	5	20
4	4	3	4	15
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
4	3	3	4	14
4	4	3	4	15
4	5	4	5	18
4	3	2	3	12
5	4	4	4	17
5	5	4	4	18
5	5	4	5	19
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	4	19
4	4	4	5	17
2	2	2	2	8
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	3	4	17
4	4	2	3	13
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	3	3	14
3	4	3	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	4	19
1	2	2	2	7
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
1	1	1	1	4
4	4	3	4	15

3	5	3	5	16
5	5	5	5	20
4	3	5	4	16
5	5	5	5	20
4	3	4	4	15
5	4	4	4	17
5	5	4	4	18
3	3	2	3	11
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	5	1	3	12
2	4	4	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
2	2	3	2	9
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	1	2	3	11
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
3	3	4	5	15
4	4	3	3	14
3	4	2	4	13
2	4	2	3	11
3	5	3	4	15
4	4	5	5	18
2	1	1	2	6
3	4	2	4	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	2	1	3	9
3	3	3	3	12
5	4	4	4	17
5	4	3	4	16
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16

5	5	5	4	19
3	4	4	5	16
3	5	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	4	1	3	11
1	1	1	1	4
3	4	4	4	15

Loyalitas Pelanggan (Y)			
Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y
5	4	4	13
3	3	4	10
5	5	5	15
4	4	3	11
3	3	3	9
4	4	4	12
3	4	3	10
4	4	3	11
4	4	4	12
3	3	3	9
5	5	4	14
4	4	4	12
5	5	4	14
5	5	5	15
4	5	5	14
4	4	5	13
3	3	4	10
4	5	5	14
1	2	2	5
3	3	4	10
4	5	5	14
4	4	4	12
3	3	4	10
2	3	2	7
5	5	5	15
5	5	5	15
4	3	2	9

3	3	4	10
5	5	5	15
4	4	4	12
2	1	1	4
5	4	4	13
3	5	5	13
5	4	2	11
1	5	2	8
3	3	4	10
2	3	3	8
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
3	3	3	9
4	4	4	12
3	4	3	10
3	3	4	10
4	5	4	13
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
2	2	3	7
2	2	4	8
1	5	5	11
5	5	5	15
4	4	4	12
5	4	4	13
5	5	5	15
2	1	2	5
5	5	5	15
4	5	4	13
4	5	1	10
5	4	4	13
3	4	5	12
5	5	4	14
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	4	10
5	5	3	13
3	3	2	8
2	2	3	7
4	5	4	13
5	4	4	13
2	2	2	6
4	3	2	9

4	4	2	10
4	4	4	12
2	2	1	5
3	3	3	9
4	4	5	13
5	5	5	15
5	5	5	15
4	5	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
5	5	5	15
3	3	3	9
4	4	4	12
3	3	3	9
2	2	2	6
3	3	3	9
2	2	1	5
1	1	1	3
3	4	3	10

Perceived behavioral Control (Z)		
Z. 1	Z.2	Z
4	4	8
4	4	8
5	5	10
4	3	7
4	4	8
4	4	8
3	4	7
5	5	10
5	5	10
3	2	5
5	5	10
4	4	8
4	4	8
5	5	10
5	4	9
5	5	10
3	4	7
4	4	8

2	2	4
4	4	8
4	5	9
4	4	8
4	3	7
4	2	6
5	5	10
5	5	10
4	2	6
4	3	7
5	5	10
4	4	8
2	1	3
5	4	9
4	4	8
1	3	4
3	2	5
4	4	8
4	4	8
5	5	10
3	4	7
5	5	10
3	3	6
4	4	8
5	4	9
4	3	7
4	5	9
5	5	10
4	4	8
5	3	8
4	3	7
4	4	8
5	5	10
5	5	10
5	4	9
4	4	8
5	5	10
2	3	5
5	5	10
3	3	6
2	3	5
3	5	8
5	5	10
4	4	8
4	4	8
5	5	10

5	5	10
5	5	10
3	3	6
4	3	7
4	1	5
4	3	7
5	4	9
4	5	9
1	2	3
5	2	7
5	3	8
3	4	7
3	2	5
3	3	6
3	4	7
4	4	8
5	5	10
3	3	6
5	4	9
4	5	9
4	4	8
4	4	8
4	4	8
5	5	10
3	4	7
5	5	10
3	3	6
4	4	8
3	3	6
3	3	6
3	3	6
2	2	4
1	1	2
4	3	7

LAMPIRAN 3
UJI VALIDITAS

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Social Media Marketing
X1.1	Pearson Correlation	1	,582**	,534**	,588**	,785**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	99	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,582**	1	,599**	,606**	,828**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99
X1.3	Pearson Correlation	,534**	,599**	1	,762**	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	99	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,588**	,606**	,762**	1	,886**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	99	100	100	100
Social Media Marketing	Pearson Correlation	,785**	,828**	,862**	,886**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	99	100	100	100

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

Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	E-Lifestyle
X2.1	Pearson Correlation	1	,680**	,710**	,700**	,871**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	99	99	99	99	99
X2.2	Pearson Correlation	,680**	1	,658**	,768**	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	99	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,710**	,658**	1	,806**	,899**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	99	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,700**	,768**	,806**	1	,908**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	99	100	100	100	100
E-Lifestyle	Pearson Correlation	,871**	,863**	,899**	,908**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	99	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Loyalitas Pelanggan
Y.1	Pearson Correlation	1	,744**	,615**	,884**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	99	99	99	99
Y.2	Pearson Correlation	,744**	1	,706**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	99	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,615**	,706**	1	,859**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	99	100	100	100
Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,884**	,903**	,859**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	99	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

Correlations				
		Z.1	Z.2	Perceived Behavioral Control
Z.1	Pearson Correlation	1	,658**	,905**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	100	100	100
Z.2	Pearson Correlation	,658**	1	,915**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	100	100	100
Perceived Behavioral Control	Pearson Correlation	,905**	,915**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	100	100	100

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

LAMPIRAN 4

UJI RELIABILITAS

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	99	99,0
	Excluded ^a	1	1,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,862	4

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	99	99,0
	Excluded ^a	1	1,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,908	4

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	99	99,0
	Excluded ^a	1	1,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,867	3

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,793	2

LAMPIRAN 5

UJI REGRESI BERGANDA TAHAP 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,846 ^a	,715	,709	1,00632
a. Predictors: (Constant), E-Lifestyle, Social Media Marketing				

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	246,769	2	123,385	121,839	,000 ^b
	Residual	98,231	97	1,013		
	Total	345,000	99			
a. Dependent Variable: Perceived Behavioral Control						
b. Predictors: (Constant), E-Lifestyle, Social Media Marketing						

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,205	,498		,412	,681
	Social Media Marketing	,262	,060	,467	4,341	,000
	E-Lifestyle	,208	,055	,409	3,802	,000
a. Dependent Variable: Perceived Behavioral Control						

LAMPIRAN 6

UJI REGRESI BERGANDA TAHAP 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,868 ^a	,753	,745	1,48013

a. Predictors: (Constant), Perceived Behavioral Control, E-Lifestyle, Social Media Marketing

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	641,393	3	213,798	97,589	,000 ^b
	Residual	210,317	96	2,191		
	Total	851,710	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Perceived Behavioral Control, E-Lifestyle, Social Media Marketing

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,204	,733		-,278	,782
Social Media Marketing	,058	,097	,065	,595	,553
E-Lifestyle	,375	,086	,468	4,334	,000
Perceived Behavioral Control	,600	,149	,382	4,018	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

LAMPIRAN 7

TABEL DISTRIBUSI UJI T

α	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0025	0.001
df							
78	1.292500	1.664625	1.990847	2.375111	2.640340	2.889077	3.198035
79	1.292360	1.664371	1.990450	2.374482	2.639505	2.888011	3.196628
80	1.292224	1.664125	1.990063	2.373868	2.638691	2.886972	3.195258
81	1.292091	1.663884	1.989686	2.373270	2.637897	2.885960	3.193922
82	1.291961	1.663649	1.989319	2.372687	2.637123	2.884973	3.192619
83	1.291835	1.663420	1.988960	2.372119	2.636369	2.884010	3.191349
84	1.291711	1.663197	1.988610	2.371564	2.635632	2.883071	3.190111
85	1.291591	1.662978	1.988268	2.371022	2.634914	2.882154	3.188902
86	1.291473	1.662765	1.987934	2.370493	2.634212	2.881260	3.187722
87	1.291358	1.662557	1.987608	2.369977	2.633527	2.880386	3.186569
88	1.291246	1.662354	1.987290	2.369472	2.632858	2.879533	3.185444
89	1.291136	1.662155	1.986979	2.368979	2.632204	2.878699	3.184345
90	1.291029	1.661961	1.986675	2.368497	2.631565	2.877884	3.183271
91	1.290924	1.661771	1.986377	2.368026	2.630940	2.877088	3.182221
92	1.290821	1.661585	1.986086	2.367566	2.630330	2.876309	3.181194
93	1.290721	1.661404	1.985802	2.367115	2.629732	2.875547	3.180191
94	1.290623	1.661226	1.985523	2.366674	2.629148	2.874802	3.179209
95	1.290527	1.661052	1.985251	2.366243	2.628576	2.874073	3.178248
96	1.290432	1.660881	1.984984	2.365821	2.628016	2.873360	3.177308
97	1.290340	1.660715	1.984723	2.365407	2.627468	2.872661	3.176387
98	1.290250	1.660551	1.984467	2.365002	2.626931	2.871977	3.175486
99	1.290161	1.660391	1.984217	2.364606	2.626405	2.871308	3.174604
100	1.290075	1.660234	1.983972	2.364217	2.625891	2.870652	3.173739
101	1.289990	1.660081	1.983731	2.363837	2.625386	2.870009	3.172893
102	1.289907	1.659930	1.983495	2.363464	2.624891	2.869379	3.172063
103	1.289825	1.659782	1.983264	2.363098	2.624407	2.868761	3.171250
104	1.289745	1.659637	1.983038	2.362739	2.623932	2.868156	3.170452
105	1.289666	1.659495	1.982815	2.362388	2.623465	2.867562	3.169670
106	1.289589	1.659356	1.982597	2.362043	2.623008	2.866980	3.168904
107	1.289514	1.659219	1.982383	2.361704	2.622560	2.866409	3.168152
108	1.289439	1.659085	1.982173	2.361372	2.622120	2.865848	3.167414
109	1.289367	1.658953	1.981967	2.361046	2.621688	2.865298	3.166690
110	1.289295	1.658824	1.981765	2.360726	2.621265	2.864759	3.165979
111	1.289225	1.658697	1.981567	2.360412	2.620849	2.864229	3.165282
112	1.289156	1.658573	1.981372	2.360104	2.620440	2.863709	3.164597
113	1.289088	1.658450	1.981180	2.359801	2.620039	2.863198	3.163925
114	1.289022	1.658330	1.980992	2.359504	2.619645	2.862696	3.163265
115	1.288957	1.658212	1.980808	2.359212	2.619258	2.862203	3.162616
116	1.288892	1.658096	1.980626	2.358924	2.618878	2.861719	3.161979
117	1.288829	1.657982	1.980448	2.358642	2.618504	2.861244	3.161353
118	1.288767	1.657870	1.980272	2.358365	2.618137	2.860776	3.160738
119	1.288706	1.657759	1.980100	2.358093	2.617776	2.860317	3.160133
120	1.288646	1.657651	1.979930	2.357825	2.617421	2.859865	3.159539
121	1.288587	1.657544	1.979764	2.357561	2.617072	2.859421	3.158954
122	1.288529	1.657439	1.979600	2.357302	2.616729	2.858984	3.158380
123	1.288472	1.657336	1.979439	2.357047	2.616392	2.858554	3.157815
124	1.288416	1.657235	1.979280	2.356797	2.616060	2.858132	3.157259
125	1.288361	1.657135	1.979124	2.356550	2.615733	2.857716	3.156712
126	1.288307	1.657037	1.978971	2.356307	2.615412	2.857308	3.156175
127	1.288253	1.656940	1.978820	2.356069	2.615096	2.856905	3.155645
128	1.288200	1.656845	1.978671	2.355834	2.614785	2.856509	3.155125
129	1.288149	1.656752	1.978524	2.355602	2.614479	2.856120	3.154612
130	1.288098	1.656659	1.978380	2.355375	2.614177	2.855736	3.154107
131	1.288047	1.656569	1.978239	2.355150	2.613880	2.855358	3.153611
132	1.287998	1.656479	1.978099	2.354930	2.613588	2.854986	3.153122
133	1.287949	1.656391	1.977961	2.354712	2.613300	2.854620	3.152640
134	1.287901	1.656305	1.977826	2.354498	2.613017	2.854260	3.152166