

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadja Mada Journal of Psychology*. 3(3).
- Azjen, I. (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior*. 2nd Edition. New York: Open University Press.
- Azwar, Saifuddin. (2011). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Penelitian.
- Chrisnawati, D., & Sri, M. A. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif Remaja terhadap pakaian. *Jurnal Spirits*, 2(1), 1-14.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: Freeman
- Creswell, J. W. (2013). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 4th Edition. SAGE Publications.
- Dezianti, D. A. N., & Hidayati, F. (2021). Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi*. 5(2). 151-156.
- Djadarova, E., & Trofimenko, O. (2019). 'Instafamous'-Credibility and Self-Presentation of Micro-Celebrities on Social Media. *Information, communication & society*, 22(10). 1432-1446.
- Engel, James. et al. (1994). *Perilaku konsumen*. Binarupa Aksara.
- Fauziah, L. (2022). Hubungan Antara Intensitas Melihat Tiktok Dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Prosiding Konstelasi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) Klaster Humanoira*.
- Fitriyani, N., Widodo, P.B., Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12 (1), 55-68.



1). Self Esteem Theory and Measurement: A Critical Review. *minist & Culture*. 3(1).

1) *aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Universitas Diponegoro.

- Gionno, Michael Chandra Halim. (2023). Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok dengan self-esteem pada remaja perempuan. *Skripsi Universitas Katolik Soegijapranata*.
- Gollwitzer, P. M., Marquardt, M. K., Scherer, M., & Fujita, K. (2013). *Identity-Goal Threats: Engaging in Distinct Compensatory Efforts*. *Social psychological and personality science*, 4(5).
- Hasanah, U. (2007). Hubungan antara interaksi teman sebaya dan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. *Skripsi thesis, universitas muhammadiyah surakarta*.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Erlangga.
- Iriyani. R. D. (2017). *Pengaruh Konformitas dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif Online Shop pada Remaja*. *Psycho idea*, 15(2).
- Ismundar & Lestari, Yuyun Ayu. (2019). Pengaruh faktor budaya terhadap keputusan membeli lo'i me'e mbojo di kota bima. *Jurnal Sosial Ekonomi dan Humaniora (JSEH)*. 5(2). 101-111.
- Jasmadi & Azzama, Aulia (2016). Hubungan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja di Banda Aceh. *Jurnal Psikoislamedia*. 1(2).
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1973). Information availability and judgement. *Cognitive Psychology*. 5(2).
- Khrishananto, Riki & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram dan konformitas terhadap perilaku konsumtif di kalangan generasi z. *Psikoborneo*, 9(2), 323-336.
- Lina & Rosyid, Haryanto, R. (1997). Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putri. *Jurnal Psikologika*. 4(2).
- Lisjak, M., Lee, A. Y., & Gardner, W. L. (2015). *Consumer Threat Responses to Self-Esteem Challenge*.



abu. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Remaja Rosda Karya.

319). Pengaruh self-esteem, self regulation, attachment style ksi smartphone pada siswa sma. *Skripsi:Universitas Islam*

- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media sosial prespektif komunikasi, budaya, dan sosiateknologi*. Bandung: Simbiosia Rektama Media.
- Nelson, L. D., Simmons, J., Simnsohn, U. (2009). *In Defence of Psychology: Self-Affirmation Theory*. Society of experimental social psychology conference, (21).
- Nugroho, A. I., & Fauziah, N. (2020). Hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif produk fashion bermerek pada siswa sman 3 semarang. *Jurnal Empati*. 7(2):809-812.
- Nurhalimah, Sitti. Dkk. (2019). *Media sosial dan masyarakat pesisir: refleksi pemikiran mahasiswa bidikmisi*. Yogyakarta: Deeppublish publisher.
- Nurfajrina, A. (2021). Pengaruh kesadaran halal dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen muslim pada restoran jepang di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Syariah*. 6(2).
- Pangestu, Resy., Meiyuntariningsih, Tatik., & Aristawati, Akta. 2022. Hubungan intensitas penggunaan aplikasi tiktok dengan perilaku konsumtif. *Jurnal ilmiah*. 9(4).
- Permana. D. (2021). *Pengaruh Harga Diri dan Intensitas Mengakses Tiktok terhadap Perilaku Boros pada Remaja*.
- Praisra, H. (2019). *Tiktok Bukan Media Sosial Lho...* Bandung: Republika.
- Prasetyaningtyas, K (2015). Hubungan antara harga diri dengan intensitasi membeli produk fashion pada mahasiswi jurusan manajemen fakultas ekonomika dan bisnis Angkatan 2014 universitas diponegoro. *Skripsi*. Semarang: Faklutas Psikologi Universitas Diponegoro.
- Putri, Kadek A. D., & Virlia, Stefani. (2023). Pengaruh harga diri dan adiksi media sosial terhadap tingkat kecemasan sosial pada remaja pengguna tiktok. *Jurnal Psikologi*. 16(2). 328-341.
- Rosenberg. (1965). *Society and The Adolescent Self-Image*. Princenton: University Press.



0). Studi deskriptif effect size penelitian-penelitian di fakultas universitas sanata dharma. *Jurnal Penelitian*. 14(1).

1). *Educational Psychology* (5th ed.). Merrill of Prentice Hall.

- Sari, N. P., Hanum, F., & Widyaningsih, L. (2021). *Youtube, Self-Esteem dan Perilaku Konsumtif Remaja*.
- Sarmini & Diana, Riska. N. (2016). Gaya hidup konsumtif mahasiswa fakultas ilmu sosial dan hukum unesa akibat adanya online shop jilbab. *Kajian moral dan kewarganegaraan*, 2(4), 677-692.
- Sartika, N. Y. & Sugiharsono. (2020). Self-efficacy and intensity of the use of social media on consumption behavior: Case study in the economics faculty of Yogyakarta State University. *Jurnal ekonomia*. 16 (1), 71-85.
- Sears, D. O., Freedman, J. L., & Peplau, L. A. (2001). *Psikologi Sosial Jilid I*. Erlangga.
- Sherman, D, K., & Cohen, G. L. (2006). *The Psychology of Self-Defense: Self-Affirmation Theory*. Experimental social psychology, 38.
- Sinaga, Siti Cholillah & Mailin. (2023). Pengaruh aplikasi tiktok terhadap perubahan gaya hidup dan pola pikir Masyarakat di silau bayu kecamatan gunung maligas. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*. 17(5).
- Siregar, Masroyani (2017). Hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif terhadap smartphone pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi*. 10(2).
- Sofiana, I. I., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif membeli kosmetik pada mahasiswi jurusan manajemen fakultas ekonomika dan bisnis universitas x semarang. *Jurnal Empati*. 9(1). 58-64.
- Sugiyono. (2017). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. *Aflabeta*.CV.
- Tusanputri, A. F., & Amron, A. A. 2021. Pengaruh Iklan dan Program Gratis Ongkir Terhadap Keputusan Pembelian Pada Platform E-Commerce TikTok Shop. *Jurnal Forum Ekonomi*. 23(4).
- Valence, G., d'Astous. A., & Fortier, L. (1988). *Compulsive Buying: Concept and Measurement*. Journal fo consumer policy, 11.
- Vongve, Catharine Janet. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif remaja kota makassar. *Skripsi thesis, Hasanuddin*.
- Yusuf, M. (2019). *Statistik dalam penelitian psikologi dan pendidikan*. UMM



Yuliantari, Made Indah., & Herdiyanti, Y. Kartika. 2015. Hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*. 2(1).

Yusuf, M. (2010). *Metodologi peneliti*. Padang: Unp Press

Yusuf, M., Garusu, I., Hamid, A., Rauf, D., & Sari, I. (2024). Dampak penutupan tiktok shop terhadap pengguna dan pelaku bisnis dalam e-commerce. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Pendidikan*. 2(1).



LAMPIRAN



Optimized using
trial version
www.balesio.com

LAMPIRAN ALAT UKUR PENELITIAN

IDENTITAS RESPONDEN

- Nama / Inisial :
Usia :
Jenis Kelamin : Perempuan
 Laki – Laki
No. HP :
Rata-rata uang jajan yang diterima setiap bulannya : Kurang dari Rp100.000
 Rp100.000 – Rp400.000
 Rp400.000 – Rp700.000
 Lebih dari Rp700.000
Berapa rata-rata waktu yang Anda habiskan perhari untuk mengakses TiiTok? : Kurang dari 1 jam
 1 – 3jam
 3 – 6jam
 Lebih dari 5 jam
Secara rata-rata, berapa kali per hari Anda membuka aplikasi TikTok : 1 – 5 kali
 6 – 10 kali
 11 – 15 kali
 Lebih dari 15 kali
Berapa perkiraan waktu yang Anda habiskan dalam sekali membuka TikTok : Kurang dari 15 menit
 15 – 60 menit
 60 – 120 menit
 Lebih dari 120 menit



SKALA SELF-ESTEEM

Baca dan pahami setiap pernyataan berikut ini dan kemudian nyatakanlah apakah isinya sesuai dengan keadaan diri Anda, dengan cara memilih pilihan sebagai berikut:

- 1 : Sangat Tidak Setuju
 2 : Tidak Setuju
 3 : Netral
 4 : Setuju
 5 : Sangat Setuju

No	Pernyataan	Respons				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa bahwa diri saya cukup berharga, setidaknya tidak sama dengan orang lain					
2	Saya rasa banyak hal-hal baik dalam diri saya					
3	Saya merasa bahwa saya seorang yang gagal					
4	Saya mampu mengerjakan sesuatu seperti yang dilakukan orang lain					
5	Saya merasa tidak banyak yang dapat saya banggakan pada diri saya					
6	Silahkan memilih angka 2 (Tidak Setuju)					
7	Saya menerima keadaan diri saya apa adanya					
8	Secara keseluruhan saya puas dengan diri saya					
9	Saya berharap saya lebih dihargai					
10	Saya sering merasa tidak berguna					
11	Kadang-kadang saya merasa bahwa diri saya tidak bak					



SKALA PERILAKU KONSUMTIF

Baca dan pahami setiap pernyataan berikut ini dan kemudian nyatakanlah apakah isinya sesuai dengan keadaan diri Anda, dengan cara memilih pilihan sebagai berikut:

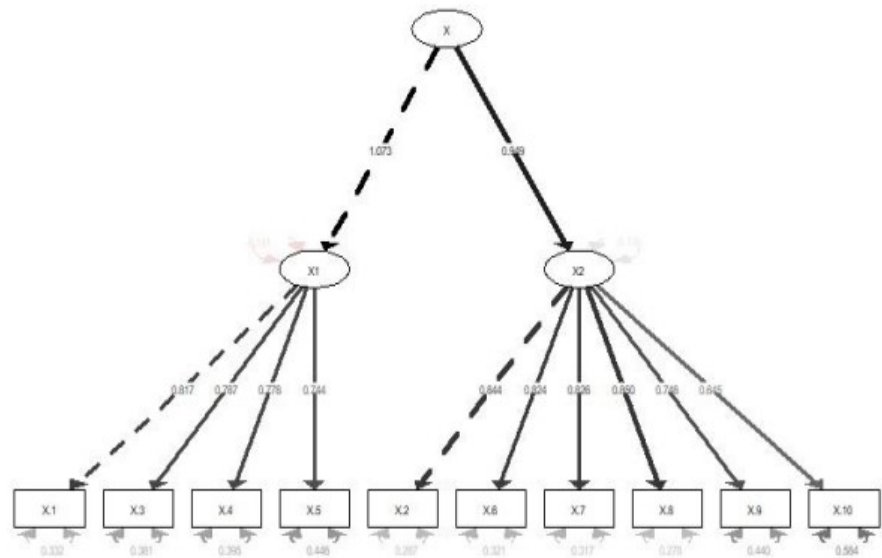
- 1 : Sangat Tidak Setuju
 2 : Tidak Setuju
 3 : Netral
 4 : Setuju
 5 : Sangat Setuju

No	Pernyataan	Respons				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk meskipun barang tersebut belum tentu saya gunakan					
2	Saya sering menghambur-hamburkan uang untuk berbelanja online					
3	Saya tidak memikirkan masa depan saat berbelanja online					
4	Berbelanja online bagi saya merupakan kegiatan yang menyenangkan					
5	Saya merasa lebih baik ketika berbelanja online					
6	Bagi saya berbelanja online lebih menyenangkan daripada kegiatan lain					
7	Terkadang saya membeli produk secara tiba-tiba tanpa berpikir panjang					
8	Saat melihat diskon besar, saya langsung membeli tanpa pikir panjang					
9	Saya selalu mempertimbangkan sebelum membeli secara online					
10	Silahkan memilih angka 4 (Setuju)					
11	Saya merasa kesulitan dalam mengontrol Hasrat saya untuk berbelanja online					
12	Saya dapat dengan mudah menghentikan kegiatan belanja online					
	gelisah jika dalam sehari tidak line					



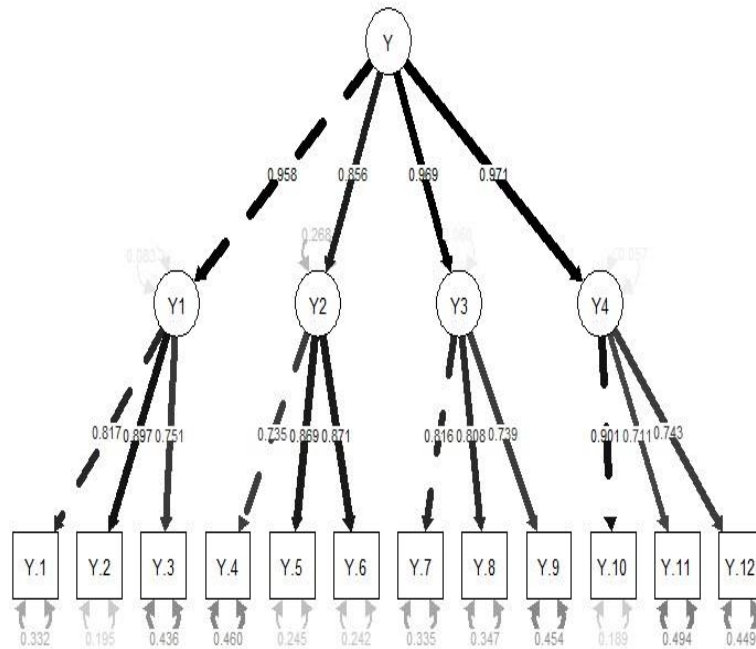
LAMPIRAN 2 OUTPUT ANALISIS PENELITIAN**Uji CFA (Rstudio)**

Self Esteem



Optimized using
trial version
www.balesio.com

Perilaku Konsumtif



Optimized using
trial version
www.balesio.com

Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Usia	280	1	4	2.73	1.050
Jenis Kelamin	280	1	2	1.33	.472
Rata-rata uang jajan yang diterima setiap bulan	280	1	4	3.20	.951
Rata-rata waktu yang dihabiskan perhari untuk membuka tiktok	280	1	4	2.78	.912
Rata-rata membuka aplikasi tiktok per hari	280	1	4	2.29	1.036
Rata-rata waktu yang dihabiskan dalam sekali membuka TikTok	280	1	4	2.28	.808
Valid N (listwise)	280				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Self Esteem	280	10	50	35.53	9.614
Perilaku Konsumtif	280	12	57	29.80	11.620
Intensitas Penggunaan TikTok	280	1.0	10.0	4.143	2.2287
Valid N (listwise)	280				



ANALISIS FREKUENSI DEMOGRAFI PENELITIAN

Statistics

		Usia	Jenis Kelamin	Rata-rata uang jajan yang diterima setiap bulan	Rata-rata waktu yang dihabiskan perhari untuk membuka tiktok	Rata-rata membuka aplikasi tiktok per hari	Rata-rata waktu yang dihabiskan dalam sekali membuka TikTok
N	Valid	280	280	280	280	280	280
	Missing	0	0	0	0	0	0
	Std. Error of Mean	.063	.028	.051	.055	.062	.048
	Std. Deviation	1.050	.472	.846	.912	1.036	.808
	Minimum	1	1	1	1	1	1
	Maximum	4	2	4	4	4	4

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 tahun	47	16.8	16.8	16.8
	19 tahun	61	21.8	21.8	38.6
	20 tahun	93	33.2	33.2	71.8
	21 tahun	79	28.2	28.2	100.0
	Total	280	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	187	66.8	66.8	66.8
	Laki-Laki	93	33.2	33.2	100.0
	Total	280	100.0	100.0	

Rata-rata uang jajan yang diterima setiap bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari Rp100.000	21	7.5	7.5	7.5
	Rp100.000 - Rp400.000	69	24.6	24.6	32.1
	Rp400.000 - Rp700.000	133	47.5	47.5	79.6
	00.000	57	20.4	20.4	100.0
	Total	280	100.0	100.0	



Rata-rata waktu yang dihabiskan perhari untuk membuka tiktok

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang dari 1 jam	23	8.2	8.2	8.2
1-3 jam	85	30.4	30.4	38.6
3-5 jam	103	36.8	36.8	75.4
Lebih dari 5 jam	69	24.6	24.6	100.0
Total	280	100.0	100.0	

Rata-rata membuka aplikasi tiktok per hari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 - 5 kali	73	26.1	26.1	26.1
6-10 kali	101	36.1	36.1	62.1
11-15 kali	58	20.7	20.7	82.9
Lebih dari 15 kali	48	17.1	17.1	100.0
Total	280	100.0	100.0	

Rata-rata waktu yang dihabiskan dalam sekali membuka TikTok

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Kurang dari 15 menit	39	13.9	13.9	13.9
15 - 60 menit	148	52.9	52.9	66.8
60 - 120 menit	69	24.6	24.6	91.4
Lebih dari 120 menit	24	8.6	8.6	100.0
Total	280	100.0	100.0	



ANALISIS KORELASI BIVARIAT

Correlations

		Usia	Rata-rata uang jajan yang diterima setiap bulan	Rata-rata waktu yang dihabiskan perhari untuk membuka tiktok	Rata-rata membuka aplikasi tiktok per hari	Rata-rata waktu yang dihabiskan dalam sekali membuka TikTok	Self Esteem	Perilaku Konsumtif	Intensitas Penggunaan TikTok
Usia	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 280	.042 .486 280	-.033 .582 280	-.096 .110 280	-.118 [*] .049 280	.113 .058 280	-.149 [*] .013 280	-.123 [*] .040 280
Rata-rata uang jajan yang diterima setiap bulan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.042 .486 280	1 280	.149 [*] .013 280	.178 ^{**} .003 280	.032 .598 280	-.056 .352 280	.087 .145 280	.153 [*] .011 280
Rata-rata waktu yang dihabiskan perhari untuk membuka tiktok	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.033 .582 280	.149 [*] .013 280	1 280	.705 ^{**} .000 280	.512 ^{**} .000 280	-.428 ^{**} .000 280	.440 ^{**} .000 280	.795 ^{**} .000 280
Rata-rata membuka aplikasi tiktok per hari	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.096 .110 280	.178 ^{**} .003 280	.705 ^{**} .000 280	1 280	.344 ^{**} .000 280	-.346 ^{**} .000 280	.362 ^{**} .000 280	.840 ^{**} .000 280
Rata-rata waktu yang dihabiskan dalam sekali membuka TikTok	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.118 [*] .049 280	.032 .598 280	.149 [*] .000 280	.178 ^{**} .000 280	1 280	-.235 ^{**} .000 280	.262 ^{**} .000 280	.757 ^{**} .000 280
Self Esteem	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.113 .058 280	-.056 .352 280	-.428 ^{**} .000 280	-.346 ^{**} .000 280	-.235 ^{**} .000 280	1 280	-.778 ^{**} .000 280	-.389 ^{**} .000 280
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.149 [*] .013 280	.087 .145 280	.440 ^{**} .000 280	.362 ^{**} .000 280	.262 ^{**} .000 280	-.778 ^{**} .000 280	1 280	.410 ^{**} .000 280
Intensitas Penggunaan TikTok	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.123 [*] .040 280	.153 [*] .011 280	.795 ^{**} .000 280	.840 ^{**} .000 280	.757 ^{**} .000 280	-.389 ^{**} .000 280	.410 ^{**} .000 280	1 280

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

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



ANALISIS UJI ASUMSI

NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		280
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.17737360
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.040
	Negative	-.052
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.060 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

UJI LINEARITAS

Perilaku Konsumtif X Self Esteem

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * SelfEsteem	Between Groups (Combined)	37585.696	270	139.206	14.827	.000
	Linearity	33407.065	1	33407.065	3558.149	.000
	Deviation from Linearity	4178.632	269	15.534	1.655	.207
	Within Groups	84.500	9	9.389		
Total		37670.196	279			

Perilaku Konsumtif X Intensitas Penggunaan TikTok

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
en Groups (Combined)	Linearity	8696.023	15	579.735	5.282	.000
	Linearity	6317.597	1	6317.597	57.563	.000
	Deviation from Linearity	2378.426	14	169.888	1.548	.094
Groups		28974.174	264	109.751		
Total		37670.196	279			



UJI HIPOTESIS

REGRESI 1 (X * Y)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	SelfEsteem ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.942 ^a	.887	.886	3.916

a. Predictors: (Constant), SelfEsteem

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33407.065	1	33407.065	2178.484	.000 ^b
	Residual	4263.132	278	15.335		
	Total	37670.196	279			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), SelfEsteem

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	67.525	.841		80.255	.000
	Perilaku Konsumtif	-1.060	.023	-.942	-46.674	.000



REGRESI 2 (X, Y, M)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	SelfEsteem_IntensitasTikTok, SelfEsteem, Intensitas Penggunaan TikTok ^b		Enter

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.944 ^a	.892	.891	3.838

a. Predictors: (Constant), SelfEsteem_IntensitasTikTok,
SelfEsteem, Intensitas Penggunaan TikTok

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33604.062	3	11201.354	760.323	.000 ^b
	Residual	4066.134	276	14.732		
	Total	37670.196	279			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), SelfEsteem_IntensitasTikTok, SelfEsteem, Intensitas Penggunaan TikTok



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	62.848	2.033		30.907	.000
SelfEsteem	-.974	.052	-.866	-18.583	.000
Intensitas Penggunaan TikTok	.782	.353	.150	2.212	.028
SelfEsteem_IntensitasTikTok	-.012	.010	-.078	-1.187	.236

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif



LAMPIRAN DATA RESPONDEN

Resp	Total	Kategori	Total	Kategori	Total	Kategori
1	21	Sangat Rendah	40	Tinggi	9	Sedang
2	29	Rendah	27	Sedang	10	Tinggi
3	36	Sedang	40	Tinggi	6	Rendah
4	33	Sedang	16	Rendah	12	Sangat Tinggi
5	37	Sedang	29	Sedang	7	Sedang
6	38	Sedang	22	Rendah	4	Sangat Rendah
7	34	Sedang	32	Sedang	8	Sedang
8	35	Sedang	22	Rendah	7	Sedang
9	39	Sedang	18	Rendah	4	Sangat Rendah
10	29	Rendah	30	Sedang	10	Tinggi
11	36	Sedang	40	Tinggi	7	Sedang
12	39	Sedang	24	Rendah	9	Sedang
13	37	Sedang	34	Sedang	8	Sedang
14	35	Sedang	22	Rendah	6	Rendah
15	22	Rendah	37	Tinggi	5	Rendah
16	37	Sedang	25	Rendah	10	Tinggi
17	41	Tinggi	27	Sedang	7	Sedang
18	37	Sedang	39	Tinggi	7	Sedang
19	39	Sedang	28	Sedang	7	Sedang
20	46	Tinggi	20	Rendah	9	Sedang
21	22	Rendah	31	Sedang	7	Sedang
22	36	Sedang	33	Sedang	7	Sedang
23	39	Sedang	33	Sedang	5	Rendah
24	40	Sedang	24	Rendah	8	Sedang
25	27	Rendah	26	Sedang	3	Sangat Rendah
26	39	Sedang	32	Sedang	6	Rendah
27	42	Tinggi	29	Sedang	5	Rendah
28	38	Sedang	25	Rendah	10	Tinggi
29	28	Rendah	25	Rendah	9	Sedang
30	19	Sangat Rendah	40	Tinggi	7	Sedang
31	39	Sedang	17	Rendah	12	Sangat Tinggi
			19	Rendah	5	Rendah
			20	Rendah	6	Rendah
			19	Rendah	5	Rendah
			28	Sedang	7	Sedang
			36	Sedang	9	Sedang
			39	Tinggi	7	Sedang



38	18	Sangat Rendah	39	Tinggi	6	Rendah
39	42	Tinggi	29	Sedang	4	Sangat Rendah
40	28	Rendah	48	Tinggi	9	Sedang
41	41	Tinggi	20	Rendah	8	Sedang
42	32	Sedang	39	Tinggi	11	Tinggi
43	38	Sedang	15	Rendah	6	Rendah
44	39	Sedang	22	Rendah	7	Sedang
45	24	Rendah	50	Sangat Tinggi	11	Tinggi
46	29	Rendah	30	Sedang	9	Sedang
47	42	Tinggi	29	Sedang	7	Sedang
48	27	Rendah	27	Sedang	7	Sedang
49	40	Sedang	33	Sedang	5	Rendah
50	45	Tinggi	20	Rendah	5	Rendah
51	43	Tinggi	18	Rendah	5	Rendah
52	39	Sedang	25	Rendah	9	Sedang
53	48	Tinggi	32	Sedang	8	Sedang
54	39	Sedang	18	Rendah	4	Sangat Rendah
55	37	Sedang	28	Sedang	8	Sedang
56	35	Sedang	31	Sedang	6	Rendah
57	35	Sedang	22	Rendah	9	Sedang
58	34	Sedang	28	Sedang	7	Sedang
59	26	Rendah	45	Tinggi	9	Sedang
60	44	Tinggi	36	Sedang	8	Sedang
61	37	Sedang	18	Rendah	6	Rendah
62	32	Sedang	18	Rendah	4	Sangat Rendah
63	22	Rendah	21	Rendah	10	Tinggi
64	28	Rendah	22	Rendah	5	Rendah
65	46	Tinggi	23	Rendah	5	Rendah
66	43	Tinggi	20	Rendah	7	Sedang
67	41	Tinggi	25	Rendah	6	Rendah
68	26	Rendah	27	Sedang	6	Rendah
69	35	Sedang	31	Sedang	7	Sedang
70	26	Rendah	53	Sangat Tinggi	10	Tinggi
			30	Sedang	6	Rendah
			45	Tinggi	12	Sangat Tinggi
			45	Tinggi	11	Tinggi
			16	Rendah	6	Rendah
			49	Sangat Tinggi	10	Tinggi



76	43	Tinggi	28	Sedang	9	Sedang
77	31	Rendah	27	Sedang	6	Rendah
78	20	Sangat Rendah	46	Tinggi	9	Sedang
79	20	Sangat Rendah	52	Sangat Tinggi	9	Sedang
80	40	Sedang	31	Sedang	9	Sedang
81	27	Rendah	31	Sedang	7	Sedang
82	41	Tinggi	33	Sedang	8	Sedang
83	46	Tinggi	30	Sedang	3	Sangat Rendah
84	38	Sedang	28	Sedang	8	Sedang
85	38	Sedang	26	Sedang	10	Tinggi
86	31	Rendah	19	Rendah	4	Sangat Rendah
87	39	Sedang	24	Rendah	8	Sedang
88	41	Tinggi	23	Rendah	9	Sedang
89	39	Sedang	43	Tinggi	5	Rendah
90	36	Sedang	33	Sedang	6	Rendah
91	34	Sedang	35	Sedang	9	Sedang
92	42	Tinggi	20	Rendah	6	Rendah
93	38	Sedang	23	Rendah	6	Rendah
94	40	Sedang	18	Rendah	3	Sangat Rendah
95	47	Tinggi	26	Sedang	8	Sedang
96	45	Tinggi	24	Rendah	6	Rendah
97	39	Sedang	41	Tinggi	3	Sangat Rendah
98	45	Tinggi	30	Sedang	9	Sedang
99	40	Sedang	45	Tinggi	10	Tinggi
100	33	Sedang	34	Sedang	12	Sangat Tinggi
101	23	Rendah	26	Sedang	7	Sedang
102	30	Rendah	19	Rendah	9	Sedang
103	40	Sedang	18	Rendah	12	Sangat Tinggi
104	39	Sedang	34	Sedang	11	Tinggi
105	37	Sedang	37	Tinggi	8	Sedang
106	47	Tinggi	26	Sedang	10	Tinggi
107	50	Tinggi	15	Rendah	6	Rendah
108	36	Sedang	41	Tinggi	7	Sedang
			21	Rendah	10	Tinggi
			27	Sedang	7	Sedang
			36	Sedang	9	Sedang
			30	Sedang	11	Tinggi
			16	Rendah	7	Sedang



114	22	Rendah	32	Sedang	6	Rendah
115	36	Sedang	22	Rendah	5	Rendah
116	44	Tinggi	24	Rendah	8	Sedang
117	22	Rendah	44	Tinggi	12	Sangat Tinggi
118	16	Sangat Rendah	48	Tinggi	8	Sedang
119	18	Sangat Rendah	47	Tinggi	11	Tinggi
120	43	Tinggi	35	Sedang	9	Sedang
121	48	Tinggi	20	Rendah	8	Sedang
122	38	Sedang	19	Rendah	5	Rendah
123	40	Sedang	23	Rendah	6	Rendah
124	19	Sangat Rendah	48	Tinggi	12	Sangat Tinggi
125	46	Tinggi	27	Sedang	4	Sangat Rendah
126	46	Tinggi	29	Sedang	9	Sedang
127	39	Sedang	16	Rendah	6	Rendah
128	41	Tinggi	25	Rendah	5	Rendah
129	29	Rendah	32	Sedang	8	Sedang
130	43	Tinggi	23	Rendah	6	Rendah
131	31	Rendah	36	Sedang	7	Sedang
132	44	Tinggi	32	Sedang	5	Rendah
133	34	Sedang	28	Sedang	8	Sedang
134	30	Rendah	23	Rendah	6	Rendah
135	45	Tinggi	32	Sedang	5	Rendah
136	41	Tinggi	22	Rendah	5	Rendah
137	31	Rendah	26	Sedang	7	Sedang
138	24	Rendah	23	Rendah	5	Rendah
139	20	Sangat Rendah	51	Sangat Tinggi	6	Rendah
140	17	Sangat Rendah	49	Sangat Tinggi	8	Sedang
141	43	Tinggi	22	Rendah	9	Sedang
142	45	Tinggi	19	Rendah	5	Rendah
143	46	Tinggi	20	Rendah	5	Rendah
144	47	Tinggi	20	Rendah	3	Sangat Rendah
145	42	Tinggi	18	Rendah	8	Sedang
146	21	Sangat Rendah	53	Sangat Tinggi	8	Sedang
			22	Rendah	5	Rendah
		Rendah	55	Sangat Tinggi	12	Sangat Tinggi
			22	Rendah	9	Sedang
			20	Rendah	8	Sedang
		Rendah	53	Sangat Tinggi	9	Sedang



152	37	Sedang	27	Sedang	8	Sedang
153	43	Tinggi	27	Sedang	5	Rendah
154	38	Sedang	23	Rendah	6	Rendah
155	47	Tinggi	31	Sedang	4	Sangat Rendah
156	39	Sedang	24	Rendah	6	Rendah
157	36	Sedang	17	Rendah	7	Sedang
158	39	Sedang	30	Sedang	5	Rendah
159	27	Rendah	41	Tinggi	11	Tinggi
160	43	Tinggi	26	Sedang	7	Sedang
161	25	Rendah	28	Sedang	10	Tinggi
162	22	Rendah	22	Rendah	11	Tinggi
163	13	Sangat Rendah	52	Sangat Tinggi	12	Sangat Tinggi
164	43	Tinggi	21	Rendah	7	Sedang
165	42	Tinggi	20	Rendah	7	Sedang
166	20	Sangat Rendah	48	Tinggi	11	Tinggi
167	43	Tinggi	19	Rendah	7	Sedang
168	46	Tinggi	27	Sedang	10	Tinggi
169	40	Sedang	25	Rendah	11	Tinggi
170	31	Rendah	29	Sedang	5	Rendah
171	33	Sedang	41	Tinggi	6	Rendah
172	38	Sedang	40	Tinggi	4	Sangat Rendah
173	42	Tinggi	20	Rendah	9	Sedang
174	17	Sangat Rendah	52	Sangat Tinggi	10	Tinggi
175	19	Sangat Rendah	56	Sangat Tinggi	10	Tinggi
176	18	Sangat Rendah	52	Sangat Tinggi	8	Sedang
177	42	Tinggi	18	Rendah	7	Sedang
178	40	Sedang	22	Rendah	7	Sedang
179	44	Tinggi	18	Rendah	3	Sangat Rendah
180	47	Tinggi	14	Rendah	6	Rendah
181	46	Tinggi	20	Rendah	8	Sedang
182	17	Sangat Rendah	51	Sangat Tinggi	11	Tinggi
183	44	Tinggi	19	Rendah	4	Sangat Rendah
184	18	Sangat Rendah	55	Sangat Tinggi	9	Sedang
			22	Rendah	8	Sedang
			19	Rendah	4	Sangat Rendah
			22	Rendah	9	Sedang
			24	Rendah	11	Tinggi
			18	Rendah	7	Sedang



190	45	Tinggi	22	Rendah	6	Rendah		
191	46	Tinggi	20	Rendah	3	Sangat Rendah		
192	42	Tinggi	22	Rendah	6	Rendah		
193	45	Tinggi	17	Rendah	6	Rendah		
194	46	Tinggi	24	Rendah	7	Sedang		
195	41	Tinggi	26	Sedang	8	Sedang		
196	42	Tinggi	43	Tinggi	9	Sedang		
197	36	Sedang	40	Tinggi	11	Tinggi		
198	33	Sedang	36	Sedang	10	Tinggi		
199	34	Sedang	33	Sedang	9	Sedang		
200	26	Rendah	49	Sangat Tinggi	11	Tinggi		
201	37	Sedang	27	Sedang	3	Sangat Rendah		
202	30	Rendah	33	Sedang	9	Sedang		
203	36	Sedang	29	Sedang	9	Sedang		
204	42	Tinggi	41	Tinggi	6	Rendah		
205	20	Sangat Rendah	47	Tinggi	7	Sedang		
206	44	Tinggi	17	Rendah	7	Sedang		
207	18	Sangat Rendah	54	Sangat Tinggi	7	Sedang		
208	44	Tinggi	21	Rendah	6	Rendah		
209	17	Sangat Rendah	49	Sangat Tinggi	9	Sedang		
210	20	Sangat Rendah	49	Sangat Tinggi	9	Sedang		
211	38	Sedang	29	Sedang	6	Rendah		
212	34	Sedang	15	Rendah	8	Sedang		
213	20	Sangat Rendah	51	Sangat Tinggi	9	Sedang		
214	37	Sedang	25	Rendah	7	Sedang		
215	41	Tinggi	20	Rendah	9	Sedang		
216	14	Sangat Rendah	55	Sangat Tinggi	11	Tinggi		
217	18	Sangat Rendah	57	Sangat Tinggi	12	Sangat Tinggi		
218	41	Tinggi	18	Rendah	8	Sedang		
219	42	Tinggi	19	Rendah	4	Sangat Rendah		
220	43	Tinggi	21	Rendah	6	Rendah		
221	39	Sedang	25	Rendah	5	Rendah		
222	37	Sedang	31	Sedang	10	Tinggi		
				: Rendah	50	Sangat Tinggi	6	Rendah
					18	Rendah	7	Sedang
				: Rendah	53	Sangat Tinggi	9	Sedang
				: Rendah	55	Sangat Tinggi	9	Sedang
				: Rendah	47	Tinggi	7	Sedang



228	16	Sangat Rendah	51	Sangat Tinggi	9	Sedang
229	45	Tinggi	18	Rendah	8	Sedang
230	43	Tinggi	23	Rendah	7	Sedang
231	44	Tinggi	20	Rendah	9	Sedang
232	18	Sangat Rendah	53	Sangat Tinggi	9	Sedang
233	43	Tinggi	22	Rendah	5	Rendah
234	18	Sangat Rendah	49	Sangat Tinggi	7	Sedang
235	43	Tinggi	24	Rendah	7	Sedang
236	43	Tinggi	19	Rendah	9	Sedang
237	18	Sangat Rendah	51	Sangat Tinggi	9	Sedang
238	49	Tinggi	15	Rendah	7	Sedang
239	47	Tinggi	16	Rendah	5	Rendah
240	47	Tinggi	15	Rendah	4	Sangat Rendah
241	42	Tinggi	22	Rendah	5	Rendah
242	46	Tinggi	24	Rendah	9	Sedang
243	47	Tinggi	18	Rendah	6	Rendah
244	24	Rendah	49	Sangat Tinggi	10	Tinggi
245	32	Sedang	40	Tinggi	8	Sedang
246	23	Rendah	46	Tinggi	5	Rendah
247	43	Tinggi	24	Rendah	6	Rendah
248	41	Tinggi	31	Sedang	6	Rendah
249	43	Tinggi	22	Rendah	7	Sedang
250	32	Sedang	30	Sedang	6	Rendah
251	29	Rendah	21	Rendah	5	Rendah
252	37	Sedang	35	Sedang	8	Sedang
253	38	Sedang	16	Rendah	5	Rendah
254	29	Rendah	39	Tinggi	10	Tinggi
255	49	Tinggi	16	Rendah	5	Rendah
256	40	Sedang	25	Rendah	5	Rendah
257	42	Tinggi	31	Sedang	3	Sangat Rendah
258	44	Tinggi	20	Rendah	6	Rendah
259	25	Rendah	51	Sangat Tinggi	8	Sedang
260	50	Tinggi	12	Sangat Rendah	3	Sangat Rendah
			40	Tinggi	12	Sangat Tinggi
			24	Rendah	9	Sedang
			28	Sedang	6	Rendah
			17	Rendah	5	Rendah
			13	Sangat Rendah	3	Sangat Rendah



266	17	Sangat Rendah	47	Tinggi	7	Sedang
267	50	Tinggi	14	Rendah	6	Rendah
268	20	Sangat Rendah	45	Tinggi	7	Sedang
269	10	Sangat Rendah	49	Sangat Tinggi	9	Sedang
270	45	Tinggi	21	Rendah	10	Tinggi
271	23	Rendah	51	Sangat Tinggi	7	Sedang
272	44	Tinggi	26	Sedang	4	Sangat Rendah
273	43	Tinggi	22	Rendah	3	Sangat Rendah
274	48	Tinggi	13	Sangat Rendah	5	Rendah
275	46	Tinggi	12	Sangat Rendah	3	Sangat Rendah
276	47	Tinggi	12	Sangat Rendah	3	Sangat Rendah
277	17	Sangat Rendah	52	Sangat Tinggi	12	Sangat Tinggi
278	44	Tinggi	19	Rendah	7	Sedang
279	46	Tinggi	13	Sangat Rendah	8	Sedang
280	41	Tinggi	20	Rendah	12	Sangat Tinggi

