

**PENGARUH GAYA HIDUP, INOVASI PRODUK  
DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN DI  
UMAMA GALLERY SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata - 1  
Program Studi Administrasi Bisnis**



**Oleh :**

**CINDY SEKAR RAHMAWATI**  
**NPM : 1121600008**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2019**

**PENGARUH GAYA HIDUP, INOVASI PRODUK  
DAN DAYA TARIK IKLAN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN DI  
UMAMA GALLERY SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH :

**CINDY SEKAR RAHMAWATI**

**NPM : 1121600008**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**SURABAYA**

**2019**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Cindy Sekar Rahmawati

NPM : 1121600008

Judul : PENGARUH GAYA HIDUP, INOVASI PRODUK DAN DAYA  
TARIK IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
KONSUMEN DI UMAMA GALLERY SURABAYA

Surabaya, 20 Januari 2020

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya

Dr. Endro Tjahjono, MM.

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing


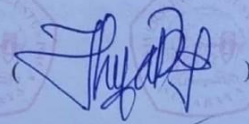
Dra. Awin Mulyati, MM.

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 7 Januari 2020

Dewan Penguji :

1. Dra. Awin Mulyati, MM  
Ketua
2. Dr. Endro Tjahjono, MM  
Anggota
3. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, MS  
Anggota



Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,



Dr. Endro Tjahjono, MM.

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Cindy Sekar Rahmawati  
NPM : 1121600008  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen di Umama Gallery Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 20 Januari 2020

Yang membuat pernyataan



( Cindy Sekar Rahmawati )



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. Semolowaru 45 Surabaya  
Tlp. 031 593 1800 (ex.311)  
Email : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,  
saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Cindy Sekar Rahmawati  
NBI : 1121600008  
Fakultas : FISIP  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenis Karya : Tugas Akhir (Skripsi) Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk  
memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus  
1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive  
Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk dan  
Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian  
pada Konsumen di Umama Gallery Surabaya

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-  
Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945  
Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau  
memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database),  
merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal : 20 Januari 2020

Yang Menyatakan,



(CINDY SEKAR R.)

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Alm. Bapak saya tercinta dan tersayang yaitu Bapak Muhammad Ali. Terima kasih untuk motivasi dan nasihat yang selalu Bapak berikan dalam hidup saya. Ini hadiah untuk Alm. Bapak.
2. Ibuku tercinta dan tersayang yaitu Ibu Widarmini. Terima kasih untuk segala doa, motivasi, dukungan dan kasih sayang yang telah ibu berikan sehingga saya bisa melalui ini semua dengan sabar. Ini hadiah untuk Ibu.
3. Adikku tercinta dan tersayang yaitu Nuraini Setia Putri Wiliati. Terima kasih telah menjadi adik yang selalu memberi *support* pada kakaknya.
4. Keluarga besar Alm. Eyang Buyut Bani Sangadi di Blitar. Terima kasih ku ucapkan pada Alm. Kakek yaitu Bapak Widiyanto dan nenekku tercinta yaitu Ibu Karmini yang telah merawatku sedari bayi hingga dewasa. Sungguh pengorbanan dan jasa yang tak akan saya lupakan. Ini hadiah untuk Alm. Kakek dan nenek. Serta seluruh keluarga besar di Blitar yang tak bisa saya sebutkan satu persatu.
5. Almamaterku tercinta, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Terima kasih untuk segala ilmu dan cerita yang telah diberikan.

## **MOTTO**

Hari ini adalah perjuangan..

Jika kamu berkedip sejenak saja,  
maka kamu harus siap jika orang lain lebih cepat satu langkah daripada kamu

“Cindy Sekar Rahmawati”

Orang yang pesimis selalu melihat kesulitan di setiap kesempatan, tapi orang  
yang optimis selalu melihat kesempatan dalam setiap kesulitan

“Ali bin Abi Thalib”



## ABSTRAK

Saat ini *trend* berhijab sangat marak dikalangan remaja hingga dewasa. Sebagai pemilik usaha dalam bidang dunia hijab perlu memperhatikan gaya hidup, inovasi produk dan daya tarik iklan bagi perkembangan bisnisnya di masa depan. Karena gaya hidup yang meningkat akan mempengaruhi perilaku konsumen tersebut sehingga inovasi produk dan daya tarik iklan perlu diperhatikan dan selalu dijaga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, inovasi produk dan daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Umama Gallery Surabaya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh wanita pengguna hijab Umama Scarf. Adapun sampel yang digunakan berjumlah 100 orang responden yang saat itu secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel karena dipandang cocok dengan sumber data atau bisa disebut dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan pada responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji analisis regresi linier berganda, uji korelasi ( $r$ ), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji simultan (uji  $F$ ) dan uji  $t$  (parsial). Semua analisis data dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Statistics Versi 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian, ada pengaruh positif dan signifikan antara inovasi produk terhadap keputusan pembelian, ada pengaruh positif dan signifikan antara daya tarik iklan terhadap keputusan pembelian, gaya hidup, inovasi produk dan daya tarik iklan berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian dan inovasi produk memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian pada konsumen di Umama Gallery Surabaya. Oleh karena itu perusahaan perlu mempertahankan inovasi produk yang sudah dibuat dan sangat perlu untuk meningkatkan inovasi produk dengan cara memproduksi model jilbab yang belum dimiliki oleh *brand* Umama Scarf agar konsumen merasa jilbab Umama Scarf selalu dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan keputusan pembelian konsumen juga bisa meningkat.

**Kata kunci :** Gaya Hidup, Inovasi Produk, Daya Tarik Iklan, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

Currently the *trend is* hijabvery prevalent among adolescents to adults. As a business owner in the hijab world, it is necessary to pay attention to lifestyle, product innovation and the attractiveness of advertising for the development of its business in the future. Because increased lifestyles will affect consumer behavior, so product innovation and ad appeal need to be considered and always maintained.

This study aims to determine the effect of lifestyle, product innovation and the attractiveness of advertisements on purchasing decisions on consumers at Umama Gallery Surabaya. The population used in this study were all women who used the Umama Scarf hijab. The sample used amounted to 100 respondents who at that time met coincidentally with the researcher and could be used as a sample because it was considered suitable with the data source or could be referred to by using *accidental sampling technique*. Data was collected through questionnaires distributed to respondents. Analysis of data using validity test, reliability test, test multiple linear regression analysis, correlation ( $r$ ), test the coefficient of determination ( $R^2$ ), simultaneous test (F test) and t test (partial). All data analyzes were performed with the help of IBM SPSS Statistics Version 21.

The results showed that there was a positive and significant influence between lifestyle on purchasing decisions, there was a positive and significant influence between product innovation on purchasing decisions, there was a positive and significant effect between the attractiveness of advertising on purchasing decisions, lifestyle, product innovation and attractiveness of advertising jointly influence on purchasing decisions and product innovation has the most dominant influence on purchasing decisions on consumers at Umama Gallery Surabaya. Therefore, companies need to maintain product innovation that have been made and it is necessary to increase product innovation by producing hijab are not owned by *brand* Umamaso that consumers feel the hijab scarf Scarf Umama always be able to meet the needs of consumers and consumer purchasing decisions can also be increased.

**Keywords:** Lifestyle, Product Innovation, Attractiveness of Advertising Purchasing Decisions

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan petunjuk-Nya sehingga Penullis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu, yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen di Umama Gallery Surabaya”.

Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai syarat untuk menyelesaikan program pendidikan Strata-1 jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam proses penelitian, penyusunan dan penulisan skripsi ini, Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, bimbingan saran dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Ibu Dra. Awin Mulyati, MM sebagai Dosen Pembimbing I dan Dra. Diana Juni Mulyati, MM sebagai Dosen Pembimbing II, yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan sepenuh hati kepada penulis selama proses penyusunan dan penulisan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Dr. Endro Tjahjono, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Drs. Agung Pujianto, MM selaku Kepala Progran Studi S1 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, MP selaku dosen wali yang telah memberikan restu dan dukungan untuk mengambil mata kuliah skripsi di semester ini.
5. Teruntuk Alm. Bapak yang telah meninggalkan keluarga sejak saya berada di semester 3. Alm. Bapak yang selalu penulis jadikan motivasi dan panutan setiap menjalani langkah-langkah dalam kehidupan hingga bisa sampai di detik ini. Terima kasih sudah memberikan banyak nasihat dan motivasi hingga penulis bisa selalu semangat dan terus bermotivasi.
6. Teruntuk Ibuku tercinta dan tersayang. Terima kasih selama ini untuk tiap dukungan dan selalu setia mengiringi langkahku dengan doa dan nasihat yang

berharga. Saya akan selalu berusaha menjadi anak yang berbakti dan dapat dibanggakan.

7. Nuraini Setia Putri Wiliati, adikku tercinta yang senantiasa menemani saya saat mengerjakan skripsi hingga begadang sampai larut malam. *You're the best forever, Sis.*
8. Teruntuk keluarga besar saya di Blitar, khususnya nenek saya, pakhde dan budhe serta saudara-saudara saya lainnya yang tak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih untuk doa, nasihat, semangat dan motivasi selama ini.
9. Bos terbaik sepanjang masa Bapak Edward Farah Kurniawan, S.Sn dan Ibu Olive Christi Wijaya S.E serta rekan-rekan keluarga besar Canopus Kreasindo tercinta yang tak pernah henti memberikan dukungan, semangat dan motivasi-motivasi dalam kehidupan ini sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan selesai tepat waktu. Terima kasih atas segala bentuk dukungannya sehingga saya bisa sampai pada posisi sekarang.
10. Rekan-rekan Sukses Jaya. Siti Kholifah, Vina Rahmawati, Dewi Ratnadila, Aryani Puji Astuti, Marga Saputra dan Alfianti Wahyu. Terima kasih atas semua dukungan dan kenangannya dari awal kuliah hingga sekarang, susah dan senang bareng yaa. *See You On TOP guys!*
11. Seluruh teman-teman mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2016 terutama Ayu Masitha Putri yang sudah saya anggap sebagai kakak sendiri, teman curhat, teman berkeluh-kesah, kantong ajaib doraemon saya karena selalu punya banyak makanan dan mau berbagi, sobat ambyar terbaik sepanjang masa serta teman kuliner bareng yang berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan skripsi. Serta Teman-teman semuanya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan, motivasi dan kenangannya selama awal kuliah sampai saat ini. *See You On TOP guys!*
12. Diniar Wijanarko, S.Ak, teman terbaik yang tidak pernah absen menanyakan tentang *progres* skripsi saya, selalu memberikan semangat dan motivasi, tempat curhat dan pemberi solusi terbaik serta tidak segan membagi ilmunya pada saya saat sedang bingung. Maaf karena terlalu banyak bertanya. *See You On TOP, Bro.*
13. Dewi Putriana, S.Pd, teman seperjuangan dari zaman SMP sampai sekarang yang tak pernah berhenti memberikan semangat dan motivasi serta menjadi tempat curhat terbaik dan tidak segan membagi ilmunya pada saya saat

sedang bingung. Maaf karena terlalu banyak bertanya dan merepotkan. *See You On Top, Sis.*

14. Mas Iqbal Maulana, Mbak Latifa dan Mbak Ori kating terbaik sepanjang masa yang tidak pernah bosan dan tidak segan membagi ilmunya pada saya. Maaf karena terlalu banyak bertanya dan merepotkan. *You're the best forever and ever. Thank you very much.*
15. Seluruh pihak yang sudah membantu saya dalam kelancaran pengerjaan ini mulai dari penelitian, penyusunan hingga *finishing* dari skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih untuk dukungan dan motivasinya selama ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Namun besar harapan bagi penulis bila skripsi ini dapat memberikan sumbangan pengetahuan dan menjadi suatu karya yang bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 20 Januari 2020

Cindy Sekar Rahmawati.

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul.....	i
Halaman Judul.....	ii
Tanda Persetujuan Skripsi.....	iii
Tanda Pengesahan Skripsi.....	iv
Surat Pernyataan Keaslian.....	v
Pernyataan Persetujuan Publikasi.....	vi
Persembahan.....	vii
Motto.....	viii
Abstrak.....	ix
<i>Abstract</i> .....	x
Kata Pengantar.....	xi
Daftar Isi.....	xv
Daftar Tabel.....	xvii
Daftar Gambar.....	xviii
Daftar Lampiran.....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penelitian.....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	9

2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Teori Gaya Hidup.....	18
2.2.2 Teori Inovasi Produk.....	22
2.2.3 Teori Daya Tarik Iklan.....	25
2.2.4 Teori Perilaku Konsumen.....	30
2.2.5 Teori Keputusan Pembelian.....	33
2.3 Kerangka Dasar Pemikiran.....	37
2.4 Hipotesis.....	38
2.5 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	39
2.5.1 Definisi Konsep.....	39
2.5.2 Definisi Operasional.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1 Rancangan Penelitian.....	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	42
3.2.1 Populasi.....	42
3.2.2 Sampel.....	42
3.3 Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	43
3.3.1 Pengukuran Penelitian.....	43
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.4.1 Studi Kepustakaan.....	44
3.4.2 Kuesioner.....	45
3.5 Teknik Analisis Data.....	45
3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.5.2 Uji Korelasi.....	46
3.5.3 Uji Hipotesis.....	46

BAB IV PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Penyajian Data.....	48
4.2 Analisis Data.....	58
4.2.1 Uji Validitas.....	58
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	60
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
4.2.4 Uji Korelasi.....	63
4.2.5 Uji Hipotesis.....	65
4.3 Pembahasan.....	68
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Rekomendasi.....	71
Daftar Pustaka.....	73
Lampiran.....	77



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2.2 : Definisi Operasional.....	39
Tabel 3.1 : Rentang Nilai Korelasi.....	46
Tabel 4.1: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 4.3 : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	50
Tabel 4.4 : Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Pengetahuan Tentang Brand.....	52
Tabel 4.5 : Interval Rasio.....	53
Tabel 4.6 : Deskripsi Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ).....	54
Tabel 4.7 : Deskripsi Jawaban Responden Variabel Inovasi Produk ( $X_2$ ).....	55
Tabel 4.8 : Deskripsi Jawaban Responden Variabel Daya Tarik Iklan ( $X_3$ ).....	56
Tabel 4.9 : Deskripsi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	57
Tabel 4.10 : Uji Validitas Variabel Gaya Hidup.....	58
Tabel 4.11 : Uji Validitas Variabel Inovasi Produk.....	59
Tabel 4.12 : Uji Validitas Variabel Daya Tarik Iklan.....	59
Tabel 4.13 : Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 4.14 : Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.15 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 4.16 : Rentang Nilai Korelasi.....	63
Tabel 4.17 : Hasil Uji Korelasi.....	63
Tabel 4.18 : Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	65
Tabel 4.19 : Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.20 : Hasil Uji t.....	67

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 : Pertumbuhan Industri Hijab di Dunia.....	1
Gambar 1.2 : Contoh Jilbab Umama Scarf Seri Polos.....	3
Gambar 1.3 : Contoh Jilbab Umama Seri Motif.....	3
Gambar 1.4 : Contoh Seri Gamis Umama Scarf.....	4
Gambar 2.1 : Tahapan Perilaku Konsumen.....	31
Gambar 2.2 : Model Perilaku Konsumen.....	32
Gambar 2.3 : Bagan Kerangka Berpikir.....	37
Gambar 4.1 : Seri Hijab Umama Scarf.....	49

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	78
Lampiran 2 : Tabulasi.....	84
Lampiran 3 : Hasil Uji Analisis.....	109
Lampiran 4 : Kartu Bimbingan Skripsi.....	128
Lampiran 5 : Perintah Revisi.....	131
Lampiran 6 : Hasil Uji Plagiasi (Uji Turnitin).....	134