

## KUESIONER

**Assalamu ,,alaikum Wr Wb.**

Dengan hormat,

Sehubungan dalam rangka memenuhi skripsi saya pada program Sarjana Universitas Islam Sultan Agung Fakultas Ekonomi, dengan segala kerendahanhati saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara membantu dalam memberikan jawaban dari beberapa pertanyaan yang tersedia dalam kuesioner ini berupa kuesioner tertutup dan kuesioner terbuka mengenai “**Peran *Internet Marketing* dalam Meningkatkan *Purchase Decision* dengan *Brand Awareness* dan *Word of Mouth* sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus J.Co Donuts & Cofee Di Kota Semarang)**”. Pengumpulan data ini semata-mata hanya akan digunakan untuk penyusunan skripsi dan akan dijaminkerahasiaannya.

Kesediaan dan kerjasama yang Bapak/Ibu/Saudara berikan dalam bentuk informasi yang benar dan lengkap akan sangat mendukung keberhasilan dalam penelitian ini. Selain itu jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara berikan juga dapat memberi masukan yang sangat berharga bagi saya.

Akhir kata saya mengucapkan terima kasih atas kesediaan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara yang telah meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner ini.

**Wassalamu ,,alaikum Wr. Wb.**

Hormat saya,

Peneliti

## A. Identitas Responden

Tanggal Pengisian : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Nama : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Jenis kelamin  Laki-laki

\_\_\_\_\_ Perempuan Tanggal Lahir : \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ Tahun .

Pendidikan :  SMP  
 SMA  
 S1  
 S2  
 Lainnya (Sebutkan)

Pekerjaan :  Pelajar  Wiraswasta  
 Mahasiswa Ibu

Rumah Tangga  Pegawai Negeri  
 Lainnya (Sebutkan)  Pegawai Swasta  
.....

Berapa Kali melakukan pembelian J.Co Donuts & Cofee :

- Belum pernah (STOP)
- Satu kali (STOP)
- Lebih dari satu kali (LANJUT)

Pernahkah anda melakukan pembelian J.Co Donuts & Cofee secara online ?

- Belum pernah (STOP)
- Pernah (LANJUT)

## B. Petunjuk Pengisian :

Berilah tanda ( V ) pada pertanyaan di bawah ini sesuai dengan penilaian anda, di mana :

- 1 = (STS) Sangat Tidak Setuju
- 2 = (TS) Tidak Setuju
- 3 = (N) Netral
- 4 = (S) Setuju
- 5 = (SS) Sangat Setuju

### C. Keputusan Pembelian (*Purchase Decision*)

No	Pertanyaan	Frekuensi				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya memiliki kebutuhan untuk berjalan-jalan, bernyaman-nyaman santai makan donat dan minum kopi					
2	Saya mencari informasi mengenai J.Co Donuts & Coffee dari keluarga, kerabat, dan/ teman-teman					
3	Setelah mendapatkan informasi, saya membeli produk J.Co Donuts & Coffee, karena memiliki banyak macam varian rasa dan porsi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan					
4	Setelah melakukan evaluasi, saya memutuskan membeli oleh-oleh, snack di J.Co Donuts & Cofee					
5	Karena saya merasa puas setelah membeli dan mengkonsumsi produk J.Co Donuts & Coffee, saya akan kembali membeli produk J.Co Donuts & Coffee dilain waktu dan akan merekomendasikan produk J.co Donuts & Coffee ke orang lain					

### D. Brand Awareness (Kesadaran Merek)

No	Pertanyaan	Frekuensi				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengetahui J.Co Donuts & Cofeedengan keunggulanproduknya					
2	Produk J.Co Donuts & Cofee memiliki kualitas rasa yang lebih enak dibanding toko donat lain					
3	J.Co Donuts & Cofee merupakan took donat terbaik di Semarang					
4	Saya mudah mengenali merek J.Co Donuts & Cofee melalui ciri khas tertentu (logo atau warna)					

*E. Word OfMouth*

No	Pertanyaan	Frekuensi				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengetahui produk J.Co Donuts & Cofee melalui informasi yang saya peroleh dari orang-orang (teman, keluarga) yang sudah terlebih dahulu membeli produk J.Co Donuts & Cofee					
2	Saya menyampaikan kepada teman bahwa produk J.Co Donuts & Cofee memiliki rasa yang enak.					
3	Seseorang yang menyampaikan informasi menjelaskan mengenai produk J.Co Donuts & Cofee melalui grup whatsapp ataupun komunikasi online media sosial lainnya					
4	Ketika teman menjelaskan kepada saya mengenai J.Co Donuts & Cofee, ada karyawan dari J.Co Donuts & Cofee yang menjelaskan tentang produknya					

*F. InternetMarketing*

No	Pertanyaan	Frekuensi				
		STS	TS	N	S	SS
1	Promosi yang diberikan J.Co Donuts & Cofee melalui internet telah menarik minat saya untuk mengunjungi					
2	Saya dapat terfasilitasi dengan adanya <i>website</i> atau <i>social media</i> J.Co Donuts & Cofee					
3	Saya dapat lebih cepat memberikan saran atau kritik kepada J.Co Donuts & Cofee melalui internet ( <i>website</i> atau <i>social media</i> )					
4	<i>website</i> atau <i>social media</i> J.Co Donuts & Cofee dapat memikat perhatian saya					

**LAMPIRAN SPSS FULL**

**UJI VALIDITAS**

**X1**

**Correlations**

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	Internet Marketing
x1.1	Pearson Correlation	1	.771**	.598**	.000	.829**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.498	.000
	N	96	96	96	96	96
x1.2	Pearson Correlation	.771**	1	.536**	.114	.849**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.134	.000
	N	96	96	96	96	96
x1.3	Pearson Correlation	.598**	.536**	1	.066	.761**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.262	.000
	N	96	96	96	96	96
x1.4	Pearson Correlation	.000	.114	.066	1	.285**
	Sig. (1-tailed)	.498	.134	.262		.002
	N	96	96	96	96	96
Internet Marketing	Pearson Correlation	.829**	.849**	.761**	.285**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.002	
	N	96	96	96	96	96

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

**Y1**

**Correlations**

		y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	brand awarness
y1.1	Pearson Correlation	1	.405**	.503**	.867**	.859**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
y1.2	Pearson Correlation	.405**	1	.505**	.443**	.730**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
y1.3	Pearson Correlation	.503**	.505**	1	.542**	.772**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
y1.4	Pearson Correlation	.867**	.443**	.542**	1	.882**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
brand awarness	Pearson Correlation	.859**	.730**	.772**	.882**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

**Y2**

**Correlations**

		y2.1	y2.2	y2.3	y2.4	Word of mouth
y2.1	Pearson Correlation	1	.377*	.493*	.756**	.848**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
y2.2	Pearson Correlation	.377*	1	.511**	.389**	.703**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
y2.3	Pearson Correlation	.493*	.511**	1	.394**	.776**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96
y2.4	Pearson Correlation	.756**	.389**	.394**	1	.808**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96
Word of mouth	Pearson Correlation	.848**	.703**	.776**	.808**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96

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

**Y3**

**Correlations**

		y3.1	y3.2	y3.3	y3.4	y3.5	purchase decision
y3.1	Pearson Correlation	1	.472**	.310**	.656**	.439**	.757**
	Sig. (1-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
y3.2	Pearson Correlation	.472**	1	.510**	.398**	.959**	.800**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
y3.3	Pearson Correlation	.310**	.510**	1	.556**	.427**	.737**
	Sig. (1-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
y3.4	Pearson Correlation	.656**	.398**	.556**	1	.329**	.823**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96

y3.5	Pearson Correlation	.439*	.959*	.427*	.329*	1	.744*
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000
	N	96	96	96	96	96	96
purchase decision	Pearson Correlation	.757*	.800*	.737*	.823*	.744*	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	97

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

### UJI RELIABILITAS

X

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.678	4

Y1

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	4

Y2

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	4

Y3

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	5

## UJI ASUMSI KLASIK

### A. UJI NORMALITAS

#### Tahap 1

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std.Deviation	1.82703293
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.068
	Negative	-.083
Kolmogorov-Smirnov Z		.816
Asymp. Sig. (2-tailed)		.518

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

#### Tahap 2

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std.Deviation	1.69877091
Most Extreme Differences	Absolute	.127
	Positive	.105
	Negative	-.127
Kolmogorov-Smirnov Z		1.255
Asymp. Sig. (2-tailed)		.086

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



### Tahap 3

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E+00
	Std. Deviation	1.68897275
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.057
	Negative	-.092
Kolmogorov-Smirnov Z		.901
Asymp. Sig. (2-tailed)		.391

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### B. UJI HETEROSKEDASTISITAS

#### Tahap 1

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.668	1.554		.430	.668		
Internet Marketing	-.179	.417	-.044	-.431	.668	1.000	1.000

a. Dependent Variable: ABS\_res

#### Tahap 2

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.209	2.468		-.490	.625		
Internet Marketing	.325	.661	.050	.491	.625	1.000	1.000

a. Dependent Variable: ABS\_res2

### Tahap 3

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.651	.871		.747	.457		
Internet Marketing	.110	.083	.186	1.313	.192	.527	1.897
brand awarness	-.006	.069	-.013	-.088	.930	.469	2.134
Word of mouth	-.057	.074	-.122	-.763	.447	.410	2.440

a. Dependent Variable: ABS\_res3

### C. UJI MULTIKOLINEARITAS

#### Tahap 1

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.269	1.478		2.212	.029		
Internet Marketing	.768	.105	.599	7.292	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: brand awarness

#### Tahap 2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.957	1.374		1.424	.158		
Internet Marketing	.844	.098	.663	8.624	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Word of mouth

### Tahap 3

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-2.340	1.417		-1.652	.102		
Internet Marketing brand awarness	.728	.135	.435	5.378	.000	.527	1.897
Word of mouth	.526	.112	.402	4.690	.000	.469	2.134
	.126	.121	.096	1.046	.298	.410	2.440

a. Dependent Variable: purchase decision

## REGRESI LINEAR BERGANDA dan Uji t

### Tahap 1

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.269	1.478		2.212	.029		
Internet Marketing	.768	.105	.599	7.292	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: brand awarness

### Tahap 2

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.957	1.374		1.424	.158		
Internet Marketing	.844	.098	.663	8.624	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Word of mouth

### Tahap 3

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.340	1.417		-1.652	.102		
	Internet Marketing brand awarness	.728	.135	.435	5.378	.000	.527	1.897
	Word of mouth	.526	.112	.402	4.690	.000	.469	2.134
		.126	.121	.096	1.046	.298	.410	2.440

a. Dependent Variable: purchase decision

### KOEFISIEN DETERMINASI

#### Tahap 1

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.599 <sup>a</sup>	.359	.352	1.837

a. Predictors: (Constant), InternetMarketing

b. Dependent Variable: brandawarness

#### Tahap 2

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.663 <sup>a</sup>	.439	.433	1.708

a. Predictors: (Constant), InternetMarketing

b. Dependent Variable: Word ofmouth

#### Tahap 3

##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 <sup>a</sup>	.680	.669	1.716

a. Predictors: (Constant), Word of mouth, Internet Marketing, brandawarness

b. Dependent Variable: purchasedecision

## UJI F

### Tahap 1

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	179.382	1	179.382	53.179	.000 <sup>b</sup>
	Residual	320.453	95	3.373		
	Total	499.835	96			

a. Dependent Variable: brandawarness

b. Predictors: (Constant), Internet Marketing

### Tahap 2

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	216.879	1	216.879	74.370	.000 <sup>b</sup>
	Residual	277.039	95	2.916		
	Total	493.918	96			

a. Dependent Variable: Word of mouth

b. Predictors: (Constant), Internet Marketing

### Tahap 3

ANOVA<sup>a</sup>

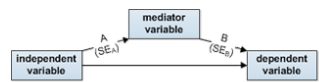
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	580.663	3	193.554	65.731	.000 <sup>b</sup>
	Residual	273.852	93	2.945		
	Total	854.515	96			

a. Dependent Variable: purchasedecision

b. Predictors: (Constant), Word of mouth, Internet Marketing, brandawarness

## Sobel test

### 1.IM-BA-PD



A: 0.599  
B: 0.402  
SE<sub>A</sub>: 0.105  
SE<sub>B</sub>: 0.112

Calculate!

Sobel test statistic: 3.03799591  
One-tailed probability: 0.00119079  
Two-tailed probability: 0.00238157

### IM-WOT-PD



A: 0.663  
B: 0.096  
SE<sub>A</sub>: 0.098  
SE<sub>B</sub>: 0.121

Calculate!

Sobel test statistic: 0.78798834  
One-tailed probability: 0.21535176  
Two-tailed probability: 0.43070353

### TABULASI PENELITIAN

No	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	IM	y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	BA	y2.1	y2.2	y2.3	y2.4	WOM	y3.1	y3.2	y3.3	y3.4	y3.5	PD
1	3	3	3	4	13	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	2	2	4	14
2	3	3	3	3	12	3	4	4	3	14	3	4	3	3	13	3	3	2	2	4	14
3	4	4	4	3	15	3	3	3	3	12	4	3	4	4	15	3	3	2	2	3	13
4	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	2	2	3	13
5	3	4	3	3	13	3	3	3	4	13	4	3	3	3	13	3	3	3	2	3	14
6	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	2	3	14
7	3	3	3	3	12	4	3	3	4	14	3	3	3	3	12	2	3	2	2	3	12
8	3	3	4	3	13	3	2	3	3	11	3	3	3	3	12	2	3	2	2	3	12
9	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	3	4	3	3	13	4	3	2	2	3	14
10	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	2	2	4	16
11	4	3	4	3	14	3	4	3	3	13	3	3	4	3	13	3	3	2	2	3	13
12	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	4	3	4	4	3	18
13	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
14	3	3	3	4	13	4	3	3	3	13	3	3	3	4	13	3	3	3	4	3	16
15	4	4	4	3	15	3	3	3	4	13	3	3	4	3	13	3	3	4	3	3	16
16	3	3	4	4	14	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12	3	3	2	2	3	13
17	4	4	3	3	14	3	4	4	3	14	3	4	4	3	14	4	3	2	2	3	14
18	3	3	4	4	14	3	4	4	3	14	4	3	3	3	13	4	4	4	4	4	20
19	4	3	3	3	13	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	4	4	3	4	4	19
20	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19
21	3	3	3	3	12	3	4	3	3	13	3	3	3	4	13	4	3	3	4	3	17
22	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13	3	4	3	3	4	17
23	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	4	4	4	4	4	20
24	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	3	3	3	3	3	15
25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
26	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15

27	3	4	3	3	13	4	3	4	4	15	3	4	3	3	13	3	3	3	4	3	16
28	4	4	4	3	15	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
30	3	4	4	4	15	4	4	3	3	14	4	3	3	4	14	3	3	3	4	3	16
31	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	4	4	4	4	4	20
32	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19
33	3	3	4	3	13	3	2	3	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
34	3	3	3	3	12	4	4	3	4	15	3	4	4	3	14	3	3	4	4	3	17
35	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	3	3	3	13	3	3	3	3	3	15
36	3	3	3	3	12	3	4	3	3	13	3	3	3	4	13	4	3	3	4	3	17
37	3	3	4	3	13	3	2	3	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
38	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	4	3	4	4	19
40	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	4	3	3	4	3	17
41	3	3	4	3	13	4	3	4	4	15	3	4	4	3	14	3	4	3	3	4	17
42	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
43	2	2	4	4	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
44	4	4	4	2	14	3	4	3	3	13	3	4	4	3	14	4	3	4	4	3	18
45	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	3	3	3	3	3	15
46	3	3	4	4	14	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13	3	3	3	4	3	16
47	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	3	2	3	14
48	4	4	4	3	15	3	4	3	3	13	3	4	4	3	14	3	3	3	2	3	14
49	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
50	3	4	3	4	14	4	2	3	3	12	4	3	3	3	13	4	3	3	3	3	16
51	4	4	4	3	15	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
52	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	4	3	3	4	3	17
53	3	3	3	3	12	3	4	4	3	14	4	4	3	4	15	3	4	4	3	4	18
54	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	3	4	4	3	4	18
55	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	3	4	4	3	4	18



56	3	3	3	4	13	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19
57	3	3	3	3	12	4	3	3	4	14	3	4	3	3	13	3	3	4	3	3	16
58	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	3	4	3	3	13	3	3	3	4	3	16
60	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	3	3	3	15
61	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	4	4	3	3	4	18
62	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	3	3	4	3	3	16
63	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
64	4	3	3	4	14	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13	4	3	3	3	3	16
65	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	4	3	4	15	4	4	3	4	4	19
67	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	18
68	3	3	3	4	13	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	4	3	16
69	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
70	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	18
71	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	4	3	3	4	3	17
72	3	3	3	3	12	2	3	3	2	10	3	3	3	3	12	2	3	3	2	3	13
73	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	4	4	3	4	4	19
74	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	3	4	4	3	14	4	3	4	5	3	19
76	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21
77	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	4	3	4	15	4	4	3	5	4	20
78	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	18
79	3	3	3	4	13	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	4	3	16
80	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
81	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	18
82	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	4	3	3	4	3	17
83	3	3	3	3	12	2	3	3	2	10	3	3	3	3	12	2	3	3	2	3	13
84	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	4	4	3	4	4	19

85	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	3	14	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	16	3	4	3	3	13	3	4	4	3	14	4	3	4	5	3	19
87	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21
88	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	4	3	4	15	4	4	3	4	4	19
89	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	3	4	4	3	4	18
90	3	3	3	4	13	3	4	3	3	13	3	3	3	3	12	3	3	3	4	3	16
91	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	2	3	2	3	10	3	3	3	4	3	16
92	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	3	4	4	4	4	19
93	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16	5	4	5	3	17	4	3	3	4	3	17
94	3	3	3	3	12	2	3	3	2	10	2	3	2	2	9	2	3	3	2	3	13
95	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	2	3	2	2	9	4	4	3	5	4	20
96	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	2	4	2	2	10	5	4	4	5	4	22

