

BAB V

PENUTUP

Pada bab lima ini penulis mengambil kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya, penulis membuat implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan merumuskan saran. Kesimpulan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran adalah sebagai berikut:

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data penelitian *electronic word-of-mouth* dan citra merek terhadap niat pembelian ulang pada merek *smartphone* Samsung dan iPhone, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis profil responden, maka dapat disimpulkan bahwa:
 - a. Berdasarkan pengguna merek *smartphone* yang diteliti, sebagian besar responden dalam penelitian ini menggunakan merek iPhone.
 - b. Berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah laki-laki.
 - c. Berdasarkan pendapatan, sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki pendapatan dan/ uang saku per bulan \geq Rp 1.000.000.

2. Berdasarkan analisis regresi berganda dapat disimpulkan bahwa:
- a. Variabel independen *electronic word-of-mouth* (X1) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen niat beli ulang (Y) untuk kedua merek *smartphone* yang penulis teliti. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan “*Electronic word-of-mouth* berpengaruh positif terhadap niat beli ulang” ditolak.
 - b. Variabel independen citra merek (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen niat beli ulang (Y) untuk kedua merek *smartphone* yang penulis teliti. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan “Citra merek berpengaruh positif terhadap niat beli ulang” diterima.
 - c. Variabel independen *electronic word-of-mouth* (X1) dan citra merek (X2) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen niat beli ulang (Y). Hal tersebut dapat terlihat dari hasil uji F, yang menunjukkan nilai probabilitas adalah sebesar 0,000 ($\leq 0,05$). Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang menyatakan “*Electronic word-of-mouth* dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap niat beli ulang” diterima.

3. Berdasarkan uji *independent sample t-test* dapat disimpulkan bahwa:
 - a. Berdasarkan pada jenis kelamin, ditemukan hasil yang menggambarkan bahwa terdapat perbedaan penilaian perspektif yang signifikan antara laki-laki dan perempuan pada pengguna Samsung dalam melihat atau menggunakan *electronic word-of-mouth*. Sedangkan untuk citra merek dan niat beli ulang tidak terdapat perbedaan penilaian perspektif yang signifikan. Pada pengguna iPhone, ditemukan bahwa tidak terdapat perbedaan penilaian perspektif yang signifikan antara laki-laki dan perempuan pada *electronic word-of-mouth*, citra merek, dan niat beli ulang.
 - b. Berdasarkan pada pendapatan dan/ uang saku per bulan, ditemukan hasil yang menggambarkan bahwa tidak terdapat perbedaan penilaian perspektif antara pengguna Samsung maupun iPhone pada penghasilan $< \text{Rp } 1.000.000$ atau $\geq \text{Rp } 1.000.000$ dalam melihat *electronic word-of-mouth*, citra merek, dan niat beli ulang.

5.2. Implikasi Manajerial

Beberapa implikasi manajerial berdasarkan hasil penelitian adalah sebagai berikut:

1. *Electronic word-of-mouth* ditemukan tidak berpengaruh signifikan pada niat beli ulang. Hal ini berbeda dengan beberapa penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa *electronic word-of-mouth* memiliki dampak yang besar pada niat beli ulang. Berdasarkan hal

tersebut, perlu adanya pihak manajemen untuk memperhatikan *electronic word-of-mouth* akan merek *smartphone*, selain ditemukan dalam penelitian lain dapat meningkatkan niat beli ulang, *electronic word-of-mouth* juga merupakan salah satu alat promosi kepada konsumen lain dapat melalui komunitas dari merek *smartphone* Samsung maupun iPhone. Dengan adanya bantuan dari komunitas *brand* tersebut akan menguatkan informasi yang diterima oleh pencari informasi sehingga dapat menjadi referensi yang terpercaya dibandingkan dengan mencari dari situs yang belum kredibel.

2. Dalam penelitian, ditemukan bahwa citra merek berpengaruh signifikan pada niat beli ulang. Bagi pihak manajemen, penting untuk mempertahankan niat beli ulang pada merek *smartphone*, maka perlu adanya peningkatan citra merek yang positif pada masyarakat, dengan begitu keyakinan konsumen terhadap merek sudah melekat dan benar-benar yakin bahwa merek tersebut bagus sehingga mempengaruhi niat beli ulang konsumen.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Adapun keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. Responden dalam penelitian ini dibatasi pada mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta sehingga responden yang didapat homogen yaitu hanya mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

2. Responden yang diteliti hanyalah pengguna *smartphone* Samsung dan iPhone saja, sehingga kondisi ini tidak dapat digeneralisasikan untuk produk lainnya dan perlu diuji lagi secara empiris bagi penelitian yang berbeda.

5.4. Saran

Berdasarkan kesimpulan, implikasi manajerial serta keterbatasan penelitian di atas, penulis menyarankan bagi peneliti lain yang berminat untuk menggunakan topik yang sama sebaiknya memperluas ruang lingkup penelitian sehingga tidak terbatas pada kelompok responden mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta saja, tetapi dapat dikembangkan lebih luas lagi sehingga sampel dapat benar-benar mewakili dari populasi yang dituju dan hasilnya pun dapat digeneralisasikan secara luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Anselmsson, J., Bondesson, N.K., dan Johansson, U. (2014), "Brand Image and Customers' Willingness to Pay A Price Premium for Food Brands", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 23/2, pp. 90-102.
- Ayutthaya, S.S.N., "Impact of Perceived Service on Brand Image and Repurchase Intention of Thai Passengers Towards Low Cost Carriers", pp. 46-56.
- Budiamin, A. (2011), "Peran Bimbingan dan Konseling Terhadap Komunikasi Interpersonal Siswa di Sekolah"
<https://ilmucerdaspendidikan.wordpress.com/2011/03/12/85/>, diakses tanggal 11 Juni 2016.
- Doh, S.J. dan Hwang, J.S. (2009), "How Consumers Evaluate eWOM (Electronic Word-of-Mouth) Messages", *CyberPsychology & Behavior*, Vol. 12, No.2.
- Fan, Y.W. dan Miao, Y.F. (2012), "Effect of Electronic Word-of-Mouth on Consumer Purchase Intention: The Perspective of Gender Differences", *International Journal of Electronic Business Management*, Vol. 10, No. 3, pp.175-181.
- Gauri, D.K., Bhatnagar, A., dan Rao, R. (2008), "Role of Word of Mouth in Online Store Loyalty, Comparing Online Store Ratings with Other E-Store Loyalty Factors", *Communications of The ACM*, Vol. 51, No. 3.
- Ghozali, H.I. (2011), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*, Edisi Kelima, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Goldsmith, R.E. dan Horowitz, D. (2006), "Measuring Motivations for Online Opinion Seeking", *Journal of Interactive Advertising*, Vol. 6, No. 2, pp. 1-6.
- Habib, S. dan Aslam, S. (2014), "Influence of Brand Loyalty on Consumer Repurchase Intentions of Coca-Cola", *European Journal of Business Management*, Vol. 6, No. 14, pp. 168-174.
- Hanh, K.H., dan Kim, J. (2009), "The Effect of Offline Brand Trust and Perceived Internet Confidence on Online Shopping Intention in The Integrated Multi-Channel Context", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 37, No.2.
- Harumni (2010), "Pengaruh Brand Image terhadap Niat Beli Ulang konsumen", *Widyatama Repository*.
- Hernandez, B., Jimenez, J., dan Martin, M. J. (2010), "Age, Gender and Income: Do They Really Moderate Online Shopping Behaviour?", *Online Information Review*, Vol. 35, No. 1, pp. 113-133.
- Hungu (2007), *Demografi Kesehatan Indonesia*, Grasindo, Jakarta.
- Jalilvand, M.R. dan Samiei, N. (2012), "The Effect of Electronic Word of Mouth on Brand Image and Purchase Intention", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30, No.4, pp. 460-476.
- Kietzmann, J. dan Canhoto, A. (2013), "Bittersweet! Understanding and Managing Electronic Word of Mouth", *Journal of Public Affairs*, Vol. 13, No. 2, pp. 146-159.

Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, P. dan Keller, K.L. (2012), *Marketing Management*, 14th edition, New Jersey: Prentice Hall.

Kuntjara (2007), “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Kasus di PT. Wijaya Karya Beton Wilayah IV; Jawa Tengah, DIY, Kalimantan Selatan, dan Kalimantan Tengah)”, Tesis, Universitas Diponegoro.

Li, M.H., “The Influence of Perceived Service Quality on Brand Image, Word of Mouth, and Repurchase Intention: A Case Study of Min-Sheng General Hospital in Taoyuan, Taiwan”, pp. 91-105.

Lin, T.M.Y., Lu, K.Y., dan Wu, J.J. (2012), “The Effect of Visual Information in eWOM Communication”, *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 6, No. 1, pp.7-26.

Majid. (2012), “Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Minat Beli Smartphone Samsung di Kota Malang”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol 2 No 2*, Universitas Brawijaya, Malang.

Priyatno, D. (2012), *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Edisi Satu, Yogyakarta: ANDI

Pujadi, B. (2010), “Studi Tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Niat Beli Melalui Sikap Terhadap Merek: Kasus Pada Merek Pasta Gigi Ciptadent

di Semarang”, Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, Semarang.

Ranjbarian, B., Sanayei, A., Kaboli, M. R., Hadadian, A. (2012), “An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Customer Satisfaction and Re-purchase Intention in Iranian Department Stores”, *International Journal of Business and Management*, Vol. 7, No. 6, pp. 40-48.

Reza, J.I. (2015), “Orang Indonesia Doyan Belanja Online 3 Kali Seminggu”, <http://tekno.liputan6.com/read/2385085/orang-indonesia-doyan-belanja-online-3-kali-seminggu>, diakses tanggal 06 Juni 2016.

Sahin, A. Zehir, C. dan Kitapci, H. (2011), “The Effect of Brand Experience and Service Quality on Repurchase Intention: The Role of Brand Relationship Quality”, *African Journal of Business Management*, Vol. 6, No. 45, pp. 11190-11201.

Schiffman, L.G., Kanuk, L. (2010), *Consumer Behavior*, New Jersey: Prentice-Hall, 10th Edition.

Sekaran, U. dan Bougie, R. (2013), *Research Methods for Business: a Skill Building Approach*, 6th Edition, John Wiley & Sons Ltd, United Kingdom.

Setyaningsih, R. (2008), “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekuitas Merek untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Kedai Kopi Dome di Surabaya)”, *Tesis*, Universitas Diponegoro Semarang.

Sugiyono (2012), *Memahami Penelitian Kuantitatif*, Bandung: ALFABETA.

Tjiptono, F. (2014), *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Edisi I, Andi Offset, Yogyakarta.

Umar, H. (2008), *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Wathne, K., Biong, H. dan Heide, J. (2010), “Choice of Supplier in Embedded Markets: Relationship and Marketing Program Effect”, *Journal of Marketing*, Vol. 26, No. 4, pp. 383-392.

Wu, A. (2015), “TrendForce Reports Third-Quarter Global Smartphone Shipments Grew to 332 Million; Huawei Succeeds in Its Target of 10 Million Shipped”, <http://press.trendforce.com/press/20151014-2094.html>.
Diakses tanggal 15 April 2016.



No.

**KUESIONER ANALISIS PENGARUH *ELECTRONIC WORD-OF-MOUTH* DAN
CITRA MEREK TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG PADA MEREK
SMARTPHONE SAMSUNG DAN IPHONE**

Terimakasih sebelumnya, untuk responden yang telah bersedia membantu dalam mengisi kuesioner mengenai pengaruh *electronic word-of-mouth* dan citra merek terhadap niat pembelian ulang pada merek *smartphone* SAMSUNG dan IPHONE. Dalam kuesioner ini, responden diminta untuk menjawab beberapa pertanyaan dan pernyataan secara jujur dan jelas, agar jawaban yang diberikan oleh responden dapat bermanfaat terhadap penelitian ini, yaitu skripsi yang mengambil permasalahan mengenai analisis pengaruh *electronic word-of-mouth* dan citra merek terhadap niat pembelian ulang pada merek *smartphone* SAMSUNG dan IPHONE. Dalam kuesioner ini responden akan dihadapkan pada dua bagian pernyataan dan hanya memerlukan waktu 5-10 menit saja untuk mengisi kuesioner tersebut. Atas perhatian dan jawaban yang diberikan, saya ucapkan TERIMA KASIH.

BAGIAN A

Dalam bagian A, pertanyaan-pertanyaan berikut ini berkaitan dengan informasi pribadi anda. (berikan **tanda lingkaran O** untuk **salah satu** jawaban pada setiap pernyataan!)

- 1) Merek *smartphone* yang digunakan
 - a. Samsung
 - b. iPhone
- 2) Jenis Kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita
- 3) Pendapatan dan/ uang saku per bulan
 - a. < Rp 1.000.000
 - b. ≥ Rp 1.000.000

BAGIAN B

Dalam bagian B, pernyataan-pernyataan berikut menyangkut ***electronic word of mouth, citra merek, dan niat pembelian ulang***. Dalam pernyataan ini tidak ada jawaban benar atau salah, tetapi hanya menyangkut pernyataan atau jawaban pribadi. (berikan **tanda centang ✓** pada **salah satu** jawaban pada setiap pernyataan!)

(SS = Sangat Setuju) (S = Setuju) (N = Netral)
(TS = Tidak Setuju) (STS = Sangat Tidak Setuju)

<i>Pernyataan</i>	SS	S	N	TS	STS
<i>Electronic Word-of-Mouth</i>					
1) Saya sering membaca komentar <i>online</i> konsumen lain mengenai merek <i>handphone</i> untuk mengetahui apakah memberikan kesan yang baik.					
2) Saya sering membaca komentar <i>online</i> konsumen lain mengenai merek <i>handphone</i> untuk memastikan bahwa saya membeli merek <i>handphone</i> yang benar.					

TERIMA KASIH ATAS KERJASAMANYA, TUHAN MEMBERKATI

<i>Pernyataan</i>	<i>SS</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>TS</i>	<i>STS</i>
3) Saya sering berkonsultasi mengenai komentar <i>online</i> konsumen lain akan merek <i>handphone</i> untuk membantu saya memilih dengan tepat.					
4) Saya sering mengumpulkan informasi komentar <i>online</i> konsumen lain mengenai merek <i>handphone</i> sebelum saya membelinya.					
5) Jika saya tidak membaca komentar <i>online</i> konsumen lain saat akan membeli merek <i>handphone</i> , saya merasa khawatir dengan keputusan saya.					
6) Saat saya membeli merek <i>handphone</i> dengan membaca komentar <i>online</i> , saya merasa yakin dengan keputusan saya.					
Citra Merek (Brand Image)					
7) Dibandingkan dengan merek <i>handphone</i> yang lain, <i>handphone</i> yang saya pilih memiliki kualitas yang tinggi.					
8) <i>Handphone</i> yang saya pilih memiliki nilai sejarah yang tinggi.					
9) Pelanggan (kita) dipercaya dapat memprediksi bagaimana <i>handphone</i> ini akan bekerja.					
Niat Pembelian Ulang (Repurchase Intention)					
10) Saya berniat untuk membeli merek <i>handphone</i> ini di masa yang akan datang.					
11) Saya akan melanjutkan membeli merek <i>handphone</i> ini di masa yang akan datang.					
12) Saya akan tetap menggunakan merek <i>handphone</i> ini di masa yang akan datang.					

Frekuensi berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	128	54.0	54.0	54.0
	PEREMPUAN	109	46.0	46.0	100.0
	Total	237	100.0	100.0	

Frekuensi berdasarkan merek *smartphone*

Merek Hp

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SAMSUNG	118	49.8	49.8	49.8
	IPHONE	119	50.2	50.2	100.0
	Total	237	100.0	100.0	

Frekuensi berdasarkan pendapatan dan/ uang saku per bulan

(SAMSUNG)

Uang Saku

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	< Rp 1.000.000	20	16.9	16.9	16.9
Valid	≥ Rp 1.000.000	98	83.1	83.1	100.0
	Total	118	100.0	100.0	

(IPHONE)

Uang Saku

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	< Rp 1.000.000	51	42.9	42.9	42.9
Valid	≥ Rp 1.000.000	68	57.1	57.1	100.0
	Total	119	100.0	100.0	

Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas *Electronic Word-of-Mouth* (SAMSUNG)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.781	.790	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EWOM1	17.91	14.598	.471	.332	.762
EWOM2	17.56	14.317	.581	.438	.739
EWOM3	18.21	13.758	.486	.380	.761
EWOM4	17.73	13.481	.619	.451	.727
EWOM5	18.30	13.886	.420	.247	.781
EWOM6	17.84	13.572	.651	.442	.721

Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas *Electronic Word-of-Mouth* (IPHONE)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.836	.839	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EWOM1	18.00	16.000	.577	.431	.818
EWOM2	17.74	16.228	.553	.408	.822
EWOM3	18.41	14.397	.592	.365	.815
EWOM4	17.97	13.711	.715	.533	.787
EWOM5	18.50	13.693	.627	.421	.809
EWOM6	18.08	14.765	.632	.449	.806

Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Citra Merek (SAMSUNG)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.622	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BI1	7.86	2.016	.499	.450
BI2	8.26	1.477	.451	.521
BI3	8.21	2.151	.378	.594

Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Citra Merek (IPHONE)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.657	.663	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BI1	7.20	1.942	.472	.224	.568
BI2	7.24	2.334	.464	.218	.564
BI3	7.11	2.488	.482	.233	.551

Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Niat Beli Ulang (SAMSUNG)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.926	.927	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RI1	8.24	2.969	.867	.775	.882
RI2	8.29	2.720	.879	.790	.869
RI3	8.37	2.834	.807	.651	.929

Hasil Uji Reliabilitas dan Validitas Niat Beli Ulang (IPHONE)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.885	.886	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RI1	7.09	4.203	.720	.578	.887
RI2	7.18	3.949	.869	.758	.753
RI3	7.32	4.338	.745	.636	.863

Hasil Regresi Berganda (SAMSUNG)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.443 ^a	.196	.182	.748

a. Predictors: (Constant), BI, ewom

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.740	2	7.870	14.055	.000 ^b
	Residual	64.393	115	.560		
	Total	80.133	117			

a. Dependent Variable: RI

b. Predictors: (Constant), BI, ewom

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.981	.525		3.774	.000
	ewom	-.064	.096	-.056	-.664	.508
	BI	.591	.112	.449	5.297	.000

a. Dependent Variable: RI

Hasil Regresi Berganda (IPHONE)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.442 ^a	.195	.181	.8975168365	1.555

a. Predictors: (Constant), BI, ewom

b. Dependent Variable: RI

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.687	2	11.343	14.082	.000 ^b
	Residual	93.442	116	.806		
	Total	116.129	118			

a. Dependent Variable: RI

b. Predictors: (Constant), BI, ewom

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.266	.500		2.533	.013
	ewom	.032	.119	.024	.269	.788
	BI	.617	.130	.432	4.753	.000

a. Dependent Variable: RI

Hasil *Independent Sample T-Test*

Perbedaan Penilaian Perspektif Pada Pengguna *Smartphone* Samsung dan iPhone atas *Electronic Word-of-Mouth*, Citra Merek, dan Niat Beli Ulang berdasarkan Jenis Kelamin

(SAMSUNG)

Group Statistics					
	Jenis kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ewom	LAKI-LAKI	68	3.73	.751	.091
	PEREMPUAN	50	3.39	.662	.094
BI	LAKI-LAKI	68	4.078431372549	.6416129319332	.077806996738910
	PEREMPUAN	50	4.02666666666666	.6166252973805	.087203985845787
RI	LAKI-LAKI	68	4.11	.882	.107
	PEREMPUAN	50	4.20	.753	.106

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ewom	Equal variances assumed	1.544	.217	2.494	116	.014	.332	.133	.068	.596
	Equal variances not assumed			2.542	112.166	.012	.332	.131	.073	.591
BI	Equal variances assumed	1.439	.233	.440	116	.661	.0517647059	.1175854921	-.1811281773	.2846575891
	Equal variances not assumed			.443	108.009	.659	.0517647059	.1168694309	-.1798905532	.2834199650
RI	Equal variances assumed	1.033	.312	-.564	116	.574	-.087	.155	-.394	.219
	Equal variances not assumed			-.578	113.367	.564	-.087	.151	-.386	.212

Hasil *Independent Sample T-Test*

Perbedaan Penilaian Perspektif Pada Pengguna *Smartphone* Samsung dan iPhone atas *Electronic Word-of-Mouth*, Citra Merek, dan Niat Beli Ulang berdasarkan Jenis Kelamin

(IPHONE)

Group Statistics

	Jenis kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ewom	LAKI-LAKI	60	3.727777778	.6929607502	.0894608482
	PEREMPUAN	59	3.516949153	.8092466787	.1053549438
BI	LAKI-LAKI	60	3.627777778	.8027534224	.1036350212
	PEREMPUAN	59	3.553672316	.5659907040	.0736857134
RI	LAKI-LAKI	60	3.566666667	.9882549440	.1275831647
	PEREMPUAN	59	3.632768362	1.003241710	.1306109456

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-Test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
ewom	Equal variances assumed	1.812	.181	1.527	117	.129	.2108286252	.1380331104	-.0625387168	.4841959673
	Equal variances not assumed			1.525	113.689	.130	.2108286252	.1382132683	-.0629788186	.4846360690
BI	Equal variances assumed	3.801	.054	.581	117	.562	.0741054614	.1275230525	-.1784472617	.3266581845
	Equal variances not assumed			.583	106.139	.561	.0741054614	.1271605362	-.1779988683	.3262097911
RI	Equal variances assumed	.064	.801	-.362	117	.718	-.0661016949	.1825600719	-.4276523510	.2954489612
	Equal variances not assumed			-.362	116.880	.718	-.0661016949	.1825833591	-.4277023386	.2954989488

Hasil *Independent Sample T-Test*

Perbedaan Penilaian Perspektif Pada Pengguna *Smartphone* Samsung dan iPhone atas *Electronic Word-of-Mouth*, Citra Merek, dan Niat Beli Ulang berdasarkan Pendapatan dan/ Uang Saku Per Bulan

(SAMSUNG)

Group Statistics					
	Uang Saku	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ewom	< Rp 1.000.000	20	3.73	.536	.120
	≥ Rp 1.000.000	98	3.56	.764	.077
BI	< Rp 1.000.000	20	4.13333333333333	.566098786659458	.126583536895070
	≥ Rp 1.000.000	98	4.04081632653061	.642634372936415	.064915874703843
RI	< Rp 1.000.000	20	4.20	.687	.154
	≥ Rp 1.000.000	98	4.14	.856	.086

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower		Upper
ewom	Equal variances assumed	2.004	.160	.941	116	.348	.169	.179	-.186	.524
	Equal variances not assumed			1.185	36.758	.244	.169	.143	-.120	.458
BI	Equal variances assumed	.878	.351	.598	116	.551	.0925170068	.1547603452	-.2140053571	.3990393707
	Equal variances not assumed			.650	29.903	.520	.0925170068	.1422584360	-.1980530676	.3830870812
RI	Equal variances assumed	1.783	.184	.297	116	.767	.061	.204	-.343	.464
	Equal variances not assumed			.343	32.299	.734	.061	.176	-.299	.420

Hasil *Independent Sample T-Test*

Perbedaan Penilaian Perspektif Pada Pengguna *Smartphone* Samsung dan iPhone atas *Electronic Word-of-Mouth*, Citra Merek, dan Niat Beli Ulang berdasarkan Pendapatan dan/ Uang Saku Per Bulan

(IPHONE)

Group Statistics					
	Uang Saku	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ewom	< Rp 1.000.000	51	3.519	.692	.096
	≥ Rp 1.000.000	68	3.700	.798	.096
BI	< Rp 1.000.000	51	3.686	.651	.091
	≥ Rp 1.000.000	68	3.519	.720	.087
RI	< Rp 1.000.000	51	3.529	.971	.135
	≥ Rp 1.000.000	68	3.651	1.011	.122

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower		Upper
ewom	Equal variances assumed	1.306	.256	-1.297	117	.197	-.1813725490	.1398403906	-.4583191148	.0955740167
	Equal variances not assumed			-1.324	114.472	.188	-.1813725490	.1370249233	-.4528058539	.0900607559
BI	Equal variances assumed	2.312	.131	1.301	117	.196	.1666666667	.1281024803	-.0870335828	.4203669161
	Equal variances not assumed			1.320	112.906	.190	.1666666667	.1262632727	-.0834859000	.4168192333
RI	Equal variances assumed	.138	.711	-.665	117	.507	-.1225490196	.1842006355	-.4873487258	.2422506866
	Equal variances not assumed			-.669	110.080	.505	-.1225490196	.1831240260	-.4854549265	.2403568873

Responden Pengguna Samsung

No.	Merek Hp	Jenis kelamin	Uang Saku	EWOM1	EWOM2	EWOM3	EWOM4	EWOM5	EWOM6	ewom	BI1	BI2	BI3	BI	RI1	RI2	RI3	RI
1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2.000	5	4	4	4.333	5	5	5	5.000
2	1	2	2	2	3	3	3	2	3	2.667	5	5	4	4.667	5	5	5	5.000
3	1	2	2	3	3	4	4	5	4	3.833	4	4	4	4.000	5	5	4	4.667
4	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2.000	5	5	3	4.333	5	5	5	5.000
5	1	2	2	3	3	3	4	2	3	3.000	3	3	4	3.333	4	4	3	3.667
6	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4.000	4	4	3	3.667	4	4	4	4.000
7	1	1	2	5	5	5	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
8	1	2	2	3	4	4	5	1	4	3.500	5	5	4	4.667	5	5	5	5.000
9	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4.000	5	5	4	4.667	5	5	5	5.000
10	1	2	2	3	4	3	4	5	4	3.833	3	4	3	3.333	4	4	4	4.000
11	1	1	2	3	4	4	4	3	3	3.500	3	2	4	3.000	3	3	3	3.000
12	1	2	2	5	5	5	5	5	5	5.000	5	3	5	4.333	5	5	5	5.000
13	1	1	2	4	4	5	4	3	5	4.167	5	5	4	4.667	4	3	3	3.333
14	1	1	2	2	3	3	4	3	3	3.000	3	4	4	3.667	3	3	3	3.000
15	1	2	2	4	4	1	4	4	3	3.333	3	3	3	3.000	4	4	4	4.000
16	1	1	2	5	4	5	5	3	5	4.500	4	3	3	3.333	3	3	3	3.000
17	1	1	2	5	5	5	5	3	4	4.500	5	5	5	5.000	4	5	5	4.667
18	1	2	2	3	3	4	4	4	4	3.667	4	4	4	4.000	3	3	3	3.000
19	1	1	2	4	5	2	2	1	4	3.000	5	5	4	4.667	4	5	5	4.667
20	1	1	1	4	4	1	4	4	4	3.500	4	3	4	3.667	4	4	4	4.000
21	1	2	2	4	4	2	3	2	4	3.167	4	5	3	4.000	5	5	5	5.000
22	1	2	2	4	5	1	1	2	3	2.667	4	3	4	3.667	4	4	4	4.000
23	1	2	2	3	4	3	2	2	3	2.833	4	4	3	3.667	4	4	4	4.000
24	1	1	1	4	4	5	4	4	4	4.167	5	5	4	4.667	4	4	3	3.667
25	1	2	2	3	3	4	3	2	3	3.000	4	3	4	3.667	4	4	4	4.000
26	1	2	2	4	2	2	4	4	4	3.333	5	5	4	4.667	5	5	5	5.000
27	1	1	2	5	5	5	5	3	5	4.667	5	5	5	5.000	1	1	1	1.000
28	1	1	2	3	3	3	3	4	3	3.167	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
29	1	1	1	4	4	4	5	4	3	4.000	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
30	1	1	2	3	5	2	2	2	2	2.667	3	5	3	3.667	5	5	5	5.000
31	1	1	2	2	3	2	2	3	4	2.667	3	3	3	3.000	4	4	3	3.667
32	1	1	2	4	4	2	4	2	2	3.000	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
33	1	1	2	4	4	2	4	3	3	3.333	3	4	4	3.667	3	4	4	3.667
34	1	1	2	5	5	5	5	2	5	4.500	4	4	5	4.333	5	5	5	5.000
35	1	1	2	5	5	3	3	3	4	3.833	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000

36	1	1	2	4	5	3	4	5	4	4.167	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
37	1	1	2	3	4	3	4	1	2	2.833	4	5	2	3.667	5	5	5	5.000
38	1	1	2	5	5	3	4	4	5	4.333	5	3	3	3.667	4	4	3	3.667
39	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4.000	3	3	4	3.333	3	3	3	3.000
40	1	1	2	3	4	3	2	3	3	3.000	4	3	3	3.333	4	4	4	4.000
41	1	1	2	4	5	3	4	2	4	3.667	5	3	4	4.000	5	5	5	5.000
42	1	1	2	3	4	3	3	2	3	3.000	4	5	4	4.333	4	3	3	3.333
43	1	2	2	4	4	3	4	2	3	3.333	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
44	1	1	2	1	5	5	5	1	5	3.667	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
45	1	2	2	3	2	2	2	1	1	1.833	4	3	4	3.667	4	3	3	3.333
46	1	1	2	4	4	4	4	3	4	3.833	4	3	4	3.667	3	3	3	3.000
47	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1.500	4	5	4	4.333	5	4	2	3.667
48	1	2	2	3	4	2	3	2	3	2.833	4	2	4	3.333	4	4	4	4.000
49	1	1	2	4	5	5	5	5	5	4.833	5	5	5	5.000	4	5	4	4.333
50	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3.000	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
51	1	2	2	4	4	3	4	4	4	3.833	3	3	3	3.000	3	3	3	3.000
52	1	1	2	4	5	2	5	4	4	4.000	4	5	4	4.333	5	5	4	4.667
53	1	2	2	3	4	3	4	3	3	3.333	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
54	1	1	2	4	5	3	4	4	4	4.000	4	4	5	4.333	5	5	5	5.000
55	1	2	2	4	3	3	5	1	3	3.167	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
56	1	2	2	4	4	3	4	3	4	3.667	4	4	5	4.333	4	4	4	4.000
57	1	2	1	5	4	4	4	4	4	4.167	5	3	5	4.333	3	3	3	3.000
58	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4.000	4	5	4	4.333	4	4	4	4.000
59	1	1	2	3	4	3	3	2	5	3.333	5	5	4	4.667	5	5	5	5.000
60	1	1	1	3	4	4	4	2	3	3.333	3	3	4	3.333	4	4	4	4.000
61	1	1	2	4	5	4	2	2	4	3.500	5	2	3	3.333	3	3	3	3.000
62	1	1	2	5	5	5	5	3	4	4.500	4	3	3	3.333	5	5	5	5.000
63	1	2	2	5	4	4	4	4	5	4.333	5	3	4	4.000	5	5	4	4.667
64	1	1	2	4	4	5	5	4	5	4.500	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
65	1	2	2	1	3	2	2	4	2	2.333	4	2	2	2.667	2	1	3	2.000
66	1	1	2	5	5	5	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
67	1	2	2	4	4	4	4	4	4	4.000	4	3	3	3.333	3	3	3	3.000
68	1	2	2	3	4	3	3	3	4	3.333	4	4	4	4.000	4	5	5	4.667
69	1	2	1	4	4	4	5	2	4	3.833	5	4	4	4.333	4	4	4	4.000
70	1	2	2	3	4	4	3	2	4	3.333	4	4	4	4.000	5	5	5	5.000
71	1	1	1	1	1	3	4	4	4	2.833	2	3	4	3.000	4	4	1	3.000
72	1	1	2	5	4	1	4	5	5	4.000	5	5	4	4.667	5	5	5	5.000
73	1	2	2	4	5	5	5	4	4	4.500	4	3	3	3.333	4	4	3	3.667

74	1	2	2	3	3	3	4	1	3	2.833	5	5	4	4.667	5	5	5	5.000
75	1	1	2	5	5	5	5	5	5	5.000	3	3	3	3.000	3	3	3	3.000
76	1	1	1	3	4	5	5	5	3	4.167	4	3	3	3.333	4	4	5	4.333
77	1	2	2	5	5	4	4	2	3	3.833	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
78	1	2	2	2	3	3	4	2	3	2.833	4	4	3	3.667	4	4	4	4.000
79	1	2	1	5	5	3	5	2	5	4.167	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
80	1	2	2	4	4	4	4	2	4	3.667	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
81	1	2	2	4	4	2	4	5	4	3.833	4	3	4	3.667	5	5	5	5.000
82	1	2	2	4	4	3	3	4	2	3.333	5	5	4	4.667	4	4	5	4.333
83	1	2	1	4	4	4	4	2	3	3.500	4	3	4	3.667	5	4	4	4.333
84	1	1	2	4	5	5	5	4	4	4.500	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
85	1	2	1	4	4	3	4	4	4	3.833	5	4	4	4.333	3	3	3	3.000
86	1	1	2	3	3	4	4	3	4	3.500	4	3	3	3.333	4	4	3	3.667
87	1	1	2	2	4	2	3	2	3	2.667	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
88	1	2	1	4	4	2	3	4	3	3.333	5	4	5	4.667	5	5	4	4.667
89	1	2	2	4	4	4	4	2	3	3.500	3	2	3	2.667	4	3	4	3.667
90	1	2	1	4	5	3	4	4	4	4.000	5	5	4	4.667	4	4	4	4.000
91	1	1	2	4	4	3	4	4	4	3.833	5	4	4	4.333	5	4	4	4.333
92	1	1	2	5	5	5	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
93	1	1	2	4	4	5	4	5	4	4.333	5	2	4	3.667	4	4	4	4.000
94	1	2	1	4	2	2	2	2	2	2.333	4	4	4	4.000	5	5	5	5.000
95	1	2	2	3	4	4	4	3	3	3.500	4	3	4	3.667	4	4	3	3.667
96	1	1	2	4	5	3	5	5	4	4.333	4	2	3	3.000	3	3	3	3.000
97	1	1	2	4	4	3	5	1	4	3.500	5	5	5	5.000	3	3	3	3.000
98	1	1	1	4	4	5	4	4	4	4.167	5	3	4	4.000	5	5	5	5.000
99	1	2	2	3	3	3	5	3	2	3.167	5	3	5	4.333	5	5	5	5.000
100	1	1	2	2	4	1	4	4	5	3.333	4	2	4	3.333	5	5	4	4.667
101	1	1	2	3	4	4	4	3	2	3.333	4	1	5	3.333	2	3	3	2.667
102	1	1	2	4	3	3	2	3	4	3.167	3	4	4	3.667	4	4	4	4.000
103	1	2	1	1	5	5	5	5	5	4.333	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
104	1	1	2	4	4	2	1	1	4	2.667	5	5	4	4.667	4	2	4	3.333
105	1	1	2	3	4	3	5	4	2	3.500	3	4	4	3.667	5	5	5	5.000
106	1	2	2	2	2	4	4	4	5	3.500	5	5	5	5.000	4	2	4	3.333
107	1	1	2	5	5	2	2	4	4	3.667	5	5	1	3.667	2	2	2	2.000
108	1	1	2	3	4	4	4	4	5	4.000	5	4	4	4.333	4	4	4	4.000
109	1	1	1	3	4	2	5	4	4	3.667	5	5	4	4.667	5	5	5	5.000
110	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1.333	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
111	1	1	2	5	5	4	5	5	5	4.833	4	3	4	3.667	4	4	4	4.000

112	1	2	2	3	4	4	4	4	3	3.667	4	3	4	3.667	3	4	3	3.333
113	1	2	2	5	4	1	3	5	4	3.667	5	3	3	3.667	5	5	5	5.000
114	1	1	2	4	4	4	4	4	3	3.833	5	4	4	4.333	5	5	5	5.000
115	1	2	2	3	3	3	3	2	3	2.833	5	4	3	4.000	5	5	5	5.000
116	1	1	2	2	5	2	3	5	5	3.667	5	4	4	4.333	5	4	4	4.333
117	1	1	1	5	5	3	4	4	4	4.167	4	3	4	3.667	5	5	5	5.000
118	1	1	2	4	4	2	3	4	4	3.500	4	5	4	4.333	4	4	4	4.000

Responden Pengguna iPhone

No.	Merek Hp	Jenis kelamin	Uang Saku	EWOM1	EWOM2	EWOM3	EWOM4	EWOM5	EWOM6	ewom	BI1	BI2	BI3	BI	RI1	RI2	RI3	RI
1	2	1	2	3	4	2	2	3	2	2.667	5	5	4	4.667	3	3	4	3.333
2	2	2	1	4	4	4	3	5	2	3.667	5	5	4	4.667	5	4	4	4.333
3	2	2	1	4	4	4	4	2	3	3.500	4	4	4	4.000	3	3	3	3.000
4	2	1	1	4	4	2	5	2	4	3.500	4	4	4	4.000	5	5	5	5.000
5	2	1	1	4	4	4	4	3	4	3.833	3	3	4	3.333	4	4	4	4.000
6	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
7	2	2	1	4	4	3	2	2	3	3.000	4	4	4	4.000	4	4	3	3.667
8	2	1	2	4	5	4	4	2	4	3.833	5	4	4	4.333	3	3	3	3.000
9	2	1	2	4	5	5	5	4	3	4.333	4	2	4	3.333	3	4	3	3.333
10	2	1	2	5	5	5	5	5	5	5.000	5	4	4	4.333	5	5	5	5.000
11	2	2	1	3	4	4	2	4	4	3.500	3	4	4	3.667	1	1	1	1.000
12	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4.000	3	3	3	3.000	2	2	1	1.667
13	2	1	1	4	4	4	4	2	4	3.667	4	3	4	3.667	3	2	4	3.000
14	2	1	2	3	3	4	4	3	4	3.500	3	3	4	3.333	3	4	4	3.667
15	2	1	2	4	4	3	4	4	3	3.667	3	3	3	3.000	4	3	3	3.333
16	2	2	1	4	4	4	4	3	4	3.833	4	4	4	4.000	4	4	3	3.667
17	2	1	2	4	4	4	4	2	3	3.500	3	3	3	3.000	3	3	3	3.000
18	2	1	2	4	4	4	4	5	5	4.333	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
19	2	1	2	4	4	3	4	1	2	3.000	2	2	4	2.667	2	2	2	2.000
20	2	2	1	4	4	3	3	3	4	3.500	3	3	4	3.333	3	3	3	3.000
21	2	1	1	3	5	5	5	2	4	4.000	4	5	4	4.333	5	5	3	4.333
22	2	1	1	2	1	1	5	2	3	2.333	1	5	4	3.333	1	1	1	1.000
23	2	2	1	5	4	3	3	4	3	3.667	4	4	3	3.667	2	1	1	1.333
24	2	1	2	5	5	2	5	5	5	4.500	4	3	3	3.333	5	4	4	4.333
25	2	2	2	3	4	4	5	4	4	4.000	3	3	3	3.000	4	4	4	4.000
26	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2.667	4	4	4	4.000	3	3	3	3.000

27	2	1	1	3	4	3	4	4	4	3.667	4	3	3	3.333	4	4	4	4.000
28	2	2	2	5	5	2	5	5	3	4.167	3	3	3	3.000	4	3	3	3.333
29	2	1	2	4	4	5	3	2	4	3.667	4	4	3	3.667	2	2	2	2.000
30	2	1	1	4	5	2	3	3	4	3.500	3	3	2	2.667	2	3	3	2.667
31	2	2	1	5	5	3	4	4	3	4.000	3	4	4	3.667	5	4	3	4.000
32	2	2	2	3	4	2	1	1	2	2.167	4	5	3	4.000	5	5	5	5.000
33	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3.000	2	4	4	3.333	2	3	3	2.667
34	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3.167	3	3	3	3.000	4	4	4	4.000
35	2	2	2	4	5	5	4	4	5	4.500	2	2	4	2.667	5	5	3	4.333
36	2	1	2	3	4	3	5	2	4	3.500	3	1	2	2.000	2	3	3	2.667
37	2	1	2	3	2	2	1	1	1	1.667	1	3	2	2.000	1	1	1	1.000
38	2	2	2	4	5	3	3	4	4	3.833	4	3	3	3.333	3	3	2	2.667
39	2	2	1	3	4	2	4	3	5	3.500	5	3	3	3.667	3	3	3	3.000
40	2	2	2	2	3	3	4	4	4	3.333	4	2	4	3.333	4	4	4	4.000
41	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5.000	5	3	5	4.333	4	4	4	4.000
42	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5.000	5	3	5	4.333	4	4	4	4.000
43	2	2	2	3	5	3	5	3	4	3.833	3	4	4	3.667	5	3	3	3.667
44	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5.000	3	2	4	3.000	3	3	3	3.000
45	2	1	2	4	4	4	4	2	2	3.333	1	3	4	2.667	1	1	1	1.000
46	2	2	2	4	5	4	4	4	4	4.167	5	3	4	4.000	4	4	3	3.667
47	2	1	1	3	4	3	4	2	4	3.333	4	3	4	3.667	3	3	3	3.000
48	2	2	2	4	3	5	5	5	3	4.167	4	3	2	3.000	5	5	5	5.000
49	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4.000	3	3	4	3.333	4	4	3	3.667
50	2	2	2	5	4	3	4	4	3	3.833	4	4	3	3.667	3	3	3	3.000
51	2	1	1	4	4	4	3	2	4	3.500	4	5	4	4.333	5	4	4	4.333
52	2	2	2	5	4	5	5	2	4	4.167	3	3	3	3.000	3	3	2	2.667
53	2	2	1	3	4	4	5	4	4	4.000	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
54	2	2	1	4	3	4	3	2	3	3.167	4	4	3	3.667	4	3	3	3.333
55	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4.000	4	3	3	3.333	3	3	3	3.000
56	2	2	1	4	4	3	3	3	3	3.333	3	4	4	3.667	4	4	4	4.000
57	2	2	2	3	4	3	3	3	4	3.333	3	3	4	3.333	4	4	4	4.000
58	2	1	1	3	4	3	4	4	3	3.500	4	4	4	4.000	5	4	3	4.000
59	2	1	2	5	5	5	5	5	5	5.000	5	3	5	4.333	5	5	3	4.333
60	2	1	1	4	4	4	3	4	2	3.500	1	1	1	1.000	2	2	3	2.333
61	2	2	1	4	4	2	4	4	3	3.500	5	4	4	4.333	5	4	4	4.333
62	2	2	2	4	4	2	4	4	4	3.667	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
63	2	2	1	3	4	3	3	4	4	3.500	2	3	4	3.000	3	3	3	3.000
64	2	2	2	5	5	4	5	5	5	4.833	4	4	5	4.333	3	3	3	3.000

65	2	1	2	4	5	5	5	5	4	4.667	3	3	5	3.667	4	4	2	3.333
66	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
67	2	1	2	3	4	4	4	4	5	4.000	5	5	4	4.667	5	4	4	4.333
68	2	2	2	4	5	5	5	3	4	4.333	4	4	3	3.667	4	3	4	3.667
69	2	1	2	3	4	4	4	5	5	4.167	4	4	4	4.000	5	3	2	3.333
70	2	2	1	5	4	5	5	5	5	4.833	4	5	5	4.667	5	5	5	5.000
71	2	2	1	5	4	5	5	5	5	4.833	4	5	5	4.667	5	5	5	5.000
72	2	1	2	5	5	5	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
73	2	1	2	3	4	5	5	3	5	4.167	5	3	3	3.667	3	3	3	3.000
74	2	1	2	4	4	4	4	3	2	3.500	3	2	3	2.667	4	3	3	3.333
75	2	1	1	3	4	4	4	4	4	3.833	4	3	4	3.667	3	3	3	3.000
76	2	2	2	3	5	4	5	3	3	3.833	3	3	3	3.000	1	1	3	1.667
77	2	2	2	4	4	3	3	2	3	3.167	3	2	3	2.667	4	4	4	4.000
78	2	1	1	4	5	2	2	2	4	3.167	2	4	3	3.000	5	5	2	4.000
79	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4.000	3	4	4	3.667	4	4	4	4.000
80	2	1	2	4	4	4	5	4	5	4.333	5	5	5	5.000	3	5	3	3.667
81	2	1	2	3	5	5	5	2	5	4.167	3	3	5	3.667	5	1	1	2.333
82	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2.000	4	4	4	4.000	4	4	2	3.333
83	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3.000	3	3	3	3.000	4	3	3	3.333
84	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4.000	3	3	3	3.000	3	2	2	2.333
85	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2.167	4	4	3	3.667	3	3	3	3.000
86	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4.000	3	3	4	3.333	3	3	3	3.000
87	2	1	2	4	4	3	4	4	4	3.833	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
88	2	1	1	1	1	1	1	2	4	1.667	3	3	3	3.000	3	3	3	3.000
89	2	2	2	3	2	1	2	1	3	2.000	2	3	1	2.000	3	3	3	3.000
90	2	2	1	4	4	2	4	2	3	3.167	2	3	4	3.000	2	2	3	2.333
91	2	1	1	5	4	3	4	2	4	3.667	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
92	2	1	2	4	4	2	4	3	4	3.500	3	3	3	3.000	4	4	4	4.000
93	2	1	1	3	4	4	4	2	3	3.333	3	4	4	3.667	4	4	4	4.000
94	2	2	1	5	5	1	5	5	5	4.333	3	3	4	3.333	3	4	5	4.000
95	2	1	2	4	4	3	5	5	4	4.167	5	5	5	5.000	5	5	5	5.000
96	2	2	2	4	5	3	5	3	4	4.000	5	4	4	4.333	5	5	5	5.000
97	2	2	1	5	5	3	4	3	4	4.000	4	5	4	4.333	5	5	5	5.000
98	2	2	2	4	4	3	5	3	5	4.000	4	4	3	3.667	4	4	4	4.000
99	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3.000	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
100	2	2	1	2	2	2	2	2	4	2.333	4	4	2	3.333	2	2	2	2.000
101	2	1	2	4	5	4	3	2	3	3.500	4	3	4	3.667	4	5	5	4.667
102	2	1	2	4	5	3	4	4	5	4.167	4	4	4	4.000	5	4	5	4.667

103	2	1	1	5	5	2	2	1	3	3.000	4	3	3	3.333	5	5	5	5.000
104	2	1	1	4	4	3	4	3	4	3.667	3	2	3	2.667	3	3	3	3.000
105	2	2	2	3	4	2	4	4	4	3.500	4	3	4	3.667	5	5	5	5.000
106	2	2	2	4	4	2	4	3	4	3.500	4	4	4	4.000	5	5	5	5.000
107	2	2	2	2	4	1	1	1	1	1.667	1	4	3	2.667	5	5	5	5.000
108	2	1	2	4	4	4	4	4	5	4.167	5	5	4	4.667	5	5	5	5.000
109	2	1	1	5	4	3	4	3	4	3.833	5	5	5	5.000	1	5	5	3.667
110	2	2	2	2	4	1	1	1	1	1.667	1	4	3	2.667	5	5	5	5.000
111	2	2	2	2	4	1	1	1	1	1.667	1	4	3	2.667	5	5	5	5.000
112	2	1	1	4	4	4	4	3	4	3.833	4	4	4	4.000	4	4	4	4.000
113	2	1	1	4	3	4	4	4	4	3.833	4	4	3	3.667	3	4	4	3.667
114	2	2	1	4	4	3	3	3	5	3.667	4	4	3	3.667	5	5	5	5.000
115	2	1	2	4	4	3	4	4	3	3.667	4	3	4	3.667	5	4	4	4.333
116	2	1	2	2	2	2	4	2	3	2.500	4	3	4	3.667	4	4	4	4.000
117	2	1	2	4	4	4	4	4	3	3.833	3	3	3	3.000	2	3	3	2.667
118	2	2	1	4	3	2	2	1	2	2.333	4	3	4	3.667	3	3	3	3.000
119	2	1	2	3	4	3	4	4	4	3.667	3	3	4	3.333	4	4	4	4.000