

BAB V

PENUTUP

Pada Bab lima ini akan diambil kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan. Dari hasil penelitian tersebut, penulis selanjutnya akan membuat suatu implikasi bagi pihak manajerial, serta merumuskan saran serta memaparkan keterbatasan penelitian.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah ditampilkan dan dibahas dalam bab empat sebelumnya, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil deskriptif statistik karakteristik demografi responden pada *homestay* desa wisata Tembi pada periode Desember 2016 sampai Maret 2017 didapat bahwa mayoritas wisatawan pada penelitian 53,9% adalah pria, 48,5% wisatawan mayoritas berusia antara 18 Tahun sampai dengan 26 Tahun. Wisatawan dengan 66,4% berpendidikan D1 Sederajat/ S1 Sederajat, 88,8% wisatawan mayoritas frekuensi menginap sebanyak 1 kali, 27% wisatawan berasal dari Jakarta dan 50,9% wisatawan memiliki bekerja lain-lainnya (mahasiswa, pelajar, ibu rumah tangga, belum bekerja, dan lain-lain).
2. Variabel tujuan wisata budaya mendapatkan nilai rata-rata 3,90 dengan kriteria baik. Suasana yang menyenangkan mendapatkan nilai tertinggi dari wisatawan yang menginap dibandingkan dengan pernyataan pada

faktor lainnya yaitu 4,32. Nilai ini menunjukkan pengalaman yang dirasakan wisatawan nusantara yang pernah menginap di *homestay* desa wisata Tembi yang puas dan menikmati suasana pedesaan. Pelayanan yang diberikan memberikan nilai tambah, hal tersebut juga didukung dengan keramahan pengelola *homestay* dan penduduk setempat meningkatkan kepuasan wisatawan yang menginap. Nilai sebesar 3,12 adalah nilai rata-rata terendah pada faktor tujuan wisata budaya. Tersedia tempat belanja yang memadai merupakan salah satu kelemahan yang ada di *homestay* desa wisata Tembi. Bagi wisatawan yang ingin pergi ketempat perbelanjaan akan membutuhkan waktu 45 menit sampai dengan satu jam untuk dapat sampai di malioboro.

3. Variabel motivasi mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,02 dengan kriteria sangat baik. Motivasi wisatawan untuk menikmati liburan mendapatkan nilai rata-rata tertinggi 4,28 dibanding pernyataan pada faktor lainnya. Hasil ini menunjukkan motivasi besar wisatawan untuk dapat meninggalkan rutinitas atau kegiatan sehari-hari yang dilakukan dengan menikmati suasana pedesaan dan bersantai saat liburan. Motivasi mendapatkan berbagai macam kegiatan mendapat nilai terendah dengan nilai 3,74, pemesanan yang dilakukan beberapa hari sebelum menikmati kegiatan kebudayaan membuat wisatawan yang datang tidak dapat langsung menikmati kegiatan tanpa melakukan pemesanan. Kurangnya promosi kegiatan-kegiatan kebudayaan yang dilakukan *homestay* desa

wisata Tembi kepada tamu yang menginap membuat kurangnya informasi dalam menikmati kegiatan kebudayaan yang ada.

4. Variabel kepuasan wisatawan mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,95 dengan kriteria baik. Kepuasan wisatawan yang mendapatkan nilai rata-rata terbesar 4,03 dengan kriteria sangat baik adalah wisata dengan manfaat dan biaya terjangkau menunjukkan tingkat kepuasan yang dirasakan wisatawan terhadap penginapan, pelayanan, fasilitas, keramahtamahan, dan kegiatan-kegiatan yang diberikan *homestay* desa wisata Tembi. Perbandingan tempat wisata dengan tempat lain mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,87 dengan kriteria baik. *Homestay* desa wisata Tembi perlu meningkatkan layanan dan fasilitas yang ada sehingga wisatawan yang menginap dapat merasakan kepuasan.
5. Variabel loyalitas destinasi mendapatkan nilai rata-rata 3,99 dengan kriteria baik. Kepuasan yang dirasakan wisatawan yang menginap akan membentuk merekomendasikan wisatawan kepada orang-orang yang mencari informasi tentang tempat wisata sehingga mendapatkan nilai rata-rata tertinggi 4,09 dengan kriteria sangat baik. Bentuk dari kepuasan wisatawan nusantara yang menginap di *homestay* desa wisata Tembi ditunjukkan dengan loyal terhadap destinasi atau *homestay* desa wisata Tembi. Niat wisatawan untuk kembali lagi pada perjalanan berikutnya mendapatkan nilai rata-rata terendah 3,96 dengan kriteria baik. Pernyataan

ini menggambarkan keinginan yang cukup besar dari wisatawan nusantara yang pernah menginap untuk kembali dan menikmati liburan dengan suasana pedesaan asri pada *homestay* desa wisata Tembi.

6. Niat untuk merekomendasikan mendapatkan nilai rata-rata 4,06 dengan kriteria sangat baik. Wisatawan yang memberikan umpan balik positif dan akan memberitahukan kepada orang lain mendapatkan nilai rata-rata tertinggi 4,08 dengan kriteria sangat baik. Pengalaman yang dirasakan wisatawan nusantara terhadap kinerja *homestay* wisata Tembi yang memenuhi harapan serta puas dengan layanan dan fasilitas yang disediakan. Dengan kepuasan yang dirasakan tamu yang pernah menginap di *homestay* desa wisata Tembi, akan membentuk hubungan yang baik dan memberikan dasar terhadap kunjungan kembali dan merekomendasikan akomodasi *homestay* desa wisata Tembi beserta kegiatan-kegiatan yang dimiliki kepada keluarga, teman dan relasi. Wisatawan yang memberikan umpan balik positif dan menyebarkan keuntungan menginap mendapatkan nilai rata-rata 4,03 dengan kriteria sangat baik. Memberikan pelayanan yang maksimal dan menciptakan kepuasan wisatawan akan membentuk wisatawan yang loyal, dengan timbulnya loyalitas pelanggan terhadap destinasi dan niat untuk merekomendasikan sebagai sarana memasarkan akomodasi *homestay* terhadap wisatawan yang lainnya.

5.2 Implikasi Manajerial

Kepuasan pelanggan erat kaitannya dengan pemasaran sebab mempengaruhi dalam penentuan dan pemilihan sebuah destinasi. Kepuasan wisatawan terhadap suatu barang/ jasa dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan sebuah perusahaan. Pihak pengelola *homestay* desa wisata Tembi harus dapat menciptakan, mempertahankan, serta meningkatkan pelayanan yang maksimal bagi wisatawan atau tamu yang menginap dan menggunakan jasa layanan. Tidak tersedianya tempat belanja yang memadai merupakan salah satu kelemahan yang dimiliki *homestay* desa wisata Tembi. Memberikan kebijakan seperti memberikan fasilitas *shuttle* bus ke pusat perbelanjaan seperti Malioboro akan memberikan daya tarik dalam meningkatkan kepuasan wisatawan yang menginap di *homestay* desa wisata Tembi. Motivasi mendapatkan berbagai macam kegiatan mendapatkan nilai rata-rata terendah dibanding dengan faktor motivasi lainnya. Kurangnya promosi baik bagi wisatawan yang ingin menginap atau wisatawan yang sudah menginap membuat kurangnya minat wisatawan dalam menikmati kegiatan kebudayaan yang dimiliki *homestay* desa wisata Tembi. Meningkatkan promosi dan memperbaiki ketentuan dalam menggunakan kegiatan kebudayaan seperti membatik bisa dilakukan dengan pemesanan beberapa jam sebelumnya saat wisatawan menginginkannya, akan semakin menambah daya tarik bagi wisatawan yang ingin menikmati kegiatan tanpa harus melakukan pemesanan beberapa hari sebelumnya. Perbandingan yang dirasakan wisatawan yang menginap terhadap tempat lain mendapatkan nilai rata-rata terendah sehingga memberikan dorongan bagi *homestay* desa wisata Tembi untuk

meningkatkan layanan dan fasilitas yang ada, sehingga wisatawan yang menginap dapat merasakan kepuasan dibanding akomodasi penginapan lainnya. Niat wisatawan untuk kembali lagi pada perjalanan berikutnya merupakan bentuk kepuasan yang dirasakan wisatawan. *Homestay* desa wisata Tembi harus dapat menjawab pilihan yang diberikan wisatawan yang pernah menginap dengan meningkatkan pelayanan yang ada secara maksimal, meningkatkan fasilitas dan menjaga kebersihan kamar, sehingga kepuasan wisatawan dapat meningkat. Wisatawan yang memberikan umpan balik positif dan menyebarkan keuntungan menginap adalah salah satu bentuk kepuasan yang dirasakan berdasarkan pengalaman menginap di *homestay* desa wisata Tembi. Dengan kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan yang pernah menginap akan menimbulkan loyalitas pelanggan dan kesediaan wisatawan untuk merekomendasikan *homestay* desa wisata Tembi sebagai sarana dalam memasarkan akomodasi kepada wisatawan lainnya. Loyalitas konsumen dapat membawa manfaat besar bagi *homestay* desa wisata Tembi disamping mengurangi biaya pemasaran, wisatawan yang loyal akan membantu dalam keberlangsungan perusahaan ditengah persaingan dengan desa wisata lain yang tersebar di Yogyakarta.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menyadari terdapat banyak keterbatasan dan kelemahan yang dimiliki penulis. Kelemahan dalam penelitian ini berupa variabel WOM & loyalitas destinasi memiliki konten yang sama sehingga terjadi

overlapping, hal tersebut dapat dilihat dalam pernyataan yang digunakan sebagai kuesioner dan diberikan kepada responden di *Homestay* Desa Wisata Tembi, Bantul, Yogyakarta.

5.4 Saran

Pada penelitian ini penulis hanya menggunakan dua variabel sebagai variabel penentu kepuasan wisatawan, penulis berharap pada penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain agar penelitian semakin baik dan informasi yang diperoleh semakin akurat serta dapat digunakan sebagai strategi dibidang usaha yang berkaitan, misalnya variabel kualitas pelayanan dan *trust*. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan jumlah responden dan menambah jumlah akomodasi *homestay* lainnya bukan hanya daerah Tembi saja, melainkan dapat di daerah lain. Penulis berharap pada penelitian selanjutnya dapat memperhatikan butir-butir pernyataan kuesioner agar kontennya tidak sama, terutama pada variabel WOM & loyalitas destinasi yang memiliki makna yang hampir sama sehingga penelitian menjadi lebih baik dan bermanfaat

DAFTAR PUSTAKA

- Barbeitos, Iolanda Marcia., Valle, Patricia Oom do., Guerreiro, Manuela & Mendes, Julio. 2014. Visitors' Motivations, Satisfaction and Loyalty Towards Castro Marim Medieval Fair. *Journal of spatial and organizational Dynamics, Volume II, Issue I.*
- Brunner, Thomas A., Stocklin, Markus., & Opwis, Klaus. 2008. Satisfaction, Image and Loyalty: New Versus Experienced Customers. *European Journal of Marketing Vol. 42 No.9 pp 1095-1105.*
- Chindaprasert, Kantimarn., Yasothornsrikul, Paradee., & Esichaikul, Ranee. 2015. The Effect of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty at the Thailand – Laos (PDR) border. *Asia-Pasific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism Vol. 4 No. 1.*
- Correia, Anto'nia, Kozak, Metin & Ferradeira, Joa'o. 2013. From Tourist Motivations to Tourist Satisfaction. *International Journal Of Culture, Tourism and Hospitality Research, Vol 7 No. 4 pp. 441-424.*
- Fahmi, Irham. 2016. *Perilaku konsumen teori dan aplikasi.* Bandung: Alfabeta.
- Febbyanto, Hanggih & Herawati, Anita. Komunikasi Word Of Mouth dan Keputusan Pembelian (Studi Eksplanasi Pengaruh Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Kaos Ngartun di Kota Yogyakarta. *Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tidak dipublikasi.*

- Feriyanto, Andri & Triana, Endang Shyta. 2015. *Pengantar Manajemen (3 in 1) untuk mahasiswa dan umum*. Kebumen: Mediatera.
- Guay F, Chanal J., Retelle CF, Marsh HW., & Larose S, Boivin M. 2010. *Intrinsic, Identified, and Controlled Types of Motivation for School Subjects in Young Elementary School Children, British Journal of Educational Psychology* 80: 711-735.
- Huang, Heng-Hsiang & Chiu, Chou-Kang. (2006). Exploring Customer Satisfaction, Trust and Destination Loyalty in Tourism. *Journal of American Academy of Business, Cambridge; ABI/INFORM Global*, pg. 156.
- Indriani, Fina Dwi. 2016. Analisis Karakteristik & Motivasi Wisatawan Dalam Wisata Minat Khusus Pendakian Gunung Merapi. *Skripsi Fakultas Ilmu Budaya Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Tidak dipublikasi.*
- Jan, Muhammad Tahir., Abdullah, Kalthom & Shafiq, Ali. 2013. The Impact of Customer Satisfaction on Word of Mouth: Conventional Banks of Malaysia Investigated. *International Journal of Information Technology & Computer Science Volume 10 No.3.*
- Kandampully, J. & Suhartanto, D. (2000). Customer Loyalty in the Hotel Industry: The Role of Customer Satisfaction and Image, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(6): 346:351.
- Koteswara, Rama., Kondasani, Rao & Panda, Kumar Rajeev. 2015. Customer Perceived Service quality, Satisfaction and Loyalty in Indian Private

Healthcare. *International Journal of Health Care Quality Assurance*, Vol 28 No. 5 pp.452-467.

Kuncoro, Mudrajat. 2013. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi, Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*. Jakarta: Airlangga.

Lai, Wen Hsiang & Vinh, Nguyen Quang. 2013. How Promotional Activities and Evaluative Factors Affect Destination Loyalty: Evidence From International Tourist of Vietnam. *International Journal Marketing Studies* Vol. 5 No. 1.

Libero, Melvin. 2013. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Kesiediaan Untuk Melakukan Komunikasi WOM Pada Pengguna Smartphone Yang Berbeda Merek. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Tidak Dipublikasi*.

Munhurrun, P. R., Seebaluck, V.N., & Naidoo, P. 2014. Examining the Structural Relationship of Destination Image, Perceived Value, Tourist Satisfaction and Loyalty: Case of Mauritius. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*.

Oroian, Maria. 2013. Exploring the Relationship Between Satisfaction and Destination Loyalty In Business Tourism. *Academica Science Journal Geographica Series, No.2*.

Prebensen, Nina., Skallerud, Kare., & Chen, Joseph., 2010. Tourist Motivation With Sun and Sand Destinations: Satisfaction and The WOM-Effect. *Journal of Travel & Tourism Marketing*.

- Radder, Laetitia & Han, Xiliang. 2013. Perceived Quality, Visitor Satisfaction and Conative Loyalty In South African Heritage Museums. *International Business & Economics Research Journal Vol. 12 No. 10.*
- Riduwan & Sunarto, H. 2015. *Pengantar Statistika Untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis.* Bandung: Alfabeta.
- Rusli, Muhammad. 2014. *Pengelolaan Statistik Yang Menyenangkan.* Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Salindri, Yerika Ayu. 2015. Tingkat Kepuasan Wisatawan Pada Aktivitas Wisata Arung Jeram Sungai Serayu. *Pascasarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. Tidak Dipublikasi.*
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. 2013. *Research Methods For Business, A Skill Building Approach Sixth Edition.* United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Setiawan, Putu Yadi., Troena, Eka Afnan., Armanu & Noermijati. 2014. The Effect of e-WOM on Destination Image, Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Business and management invention volume 3.*
- Setyaningrum, Lady Wulandari. 2015. Analisis Pengaruh Gambaran Citra & Venturesomeness Wisatawan Domestic Pada Niat Mengunjungi Bali Sebagai Tujuan Wisata Sejarah & Budaya. *Thesis Magister Manajemen Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Tidak dipublikasi.*
- Seubsamarn, Kanoknon. (2009). Tourist Motivation to Use Homestays in Thailand and Their Satisfaction Based on Destination Cultural and Heritage-Based Attribute, *University of Missouri p.9.*

- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2015. *Statistika Untuk Penelitian Cetak Ke-26*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, & R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2007. *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian Skripsi, Thesis, Disertasi & Umum*. Yogyakarta: Global Media Informasi.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Trihendradi, C. 2012. *Step by Step SPSS 20 Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Truong, Thuy Huong & King, Brian. 2009. An Evaluation of Satisfaction Levels Among Chinese Tourist in Vietnam. *International Journal Of Tourism Research* 11, 521-535.
- Valle, Patria Oom do., Silva, Jaoa albino., Mendes, Julio., Guerreiro, Manuela. 2006. Tourist Satisfaction and Destination Loyalty Intention: A Structural and Categorical Analysis. *International Journal of Business Science and Applied Management, Volume 1*.
- Vinh, Nguyen Huang. 2013. Destination Culture and Its Influence On Tourist Motivation and Tourist Satisfaction of Homestay Visit. *Journal of The*

Faculty of Economics and Administrative Sciences Volume 3, issue 2, pp. 199-222

Wardiyanto. 2011. *Perencanaan Pengembangan Pariwisata*. Bandung: Lubukagung.

Windi & Ellyawati, Jeanne. 2015. Trust, Antecedent, and Consequence In Online Shopping Context: Testing The Role Of E-WOM As Moderating Effect. *International Journal Of Management and Applied Science*, ISSN: 2394-7926 Volume-1, Issue 5, June-2015.

[Http://Pesonaindonesia.travel/D/SK/20160811041720/0/0.html/](http://Pesonaindonesia.travel/D/SK/20160811041720/0/0.html/) (15.45 Wib, tanggal 20 September 2016).

[Http://www.kemenkeu.go.id/kajian/pengaruh-pariwisata-terhadap-perdagangan-internasional-di-indonesia/](http://www.kemenkeu.go.id/kajian/pengaruh-pariwisata-terhadap-perdagangan-internasional-di-indonesia/) (16.00 Wib, tanggal 21 September 2016).

[Http://travel.kompas.com/read/2014/01/04/0920504/Membangun.Pariwisata.DIY.Harus.Cerdas/](http://travel.kompas.com/read/2014/01/04/0920504/Membangun.Pariwisata.DIY.Harus.Cerdas/) (11.32 Wib, tanggal 30 September 2016).

[Http://travel.kompas.com/read/2016/09/18/070500927/wisata.yogyakarta.tak.sekedar.malioboro/](http://travel.kompas.com/read/2016/09/18/070500927/wisata.yogyakarta.tak.sekedar.malioboro/) (11.21 Wib, tanggal 30 September 2016).

[Http://travel.kompas.com/read/2016/08/2015/201400827/Saatnya.Kota.Yogyakarta.Kembangkan.Daya.Tarik.Baru?page=all/](http://travel.kompas.com/read/2016/08/2015/201400827/Saatnya.Kota.Yogyakarta.Kembangkan.Daya.Tarik.Baru?page=all/)(13.05 Wib, tanggal 30 September 2016).

[Http://travel.kompas.com/read/2016/07/28/060200027/Tren.Liburan.Ke.Yogyakarta.Mengingat.di.Desa.Wisata/](http://travel.kompas.com/read/2016/07/28/060200027/Tren.Liburan.Ke.Yogyakarta.Mengingat.di.Desa.Wisata/) (13.20 Wib, tanggal 30 September 2016).

SURAT KETERANGAN

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Juni Firdaus Sihombing

NPM : 155002318

Program Studi : Magister Manajemen

Bahwa benar yang bersangkutan telah melakukan penelitian di Homestay Desa Wisata Tembi, Sewon, Bantul, Yogyakarta dengan judul:

“ KEPUASAN WISATAWAN, ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI: Studi Pada Wisatawan Yang Menginap di Homestay Desa Wisata Tembi.

Demikianlah Surat Keterangan ini kami buat dengan sebenarnya sebagai persyaratan untuk menyelesaikan penelitian mahasiswa tersebut dan untuk dipergunakan semestinya.

Yogyakarta, 25 April 2017

Manajemen/Pengelola Homestay Desa Wisata Tembi



SAHLI SOPAN



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Program Pascasarjana

Nomor : 0521.VIII/ Eks / III
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada

Yth, Pengelola Homestay Desa Wisata Tembi
Jl. Parangtritis Km 8,5
Timbulharjo, Sewon, Bantul
Yogyakarta

Dengan Hormat,

Yang bertandatangan dibawah ini, Ketua Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta memohonkan izin bagi mahasiswa kami:

Nama : Juni Firdaus Sihombing
No. Mahasiswa : 155002318

untuk mengadakan penelitian di Instansi yang bapak/Ibu pimpin, guna penyusunan tesis sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi di Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta .

Adapun judul tesis " Tujuan Wisata Budaya dan Pengaruhnya Terhadap Motivasi dan Kepuasan Wisatawan Pada Homestay Desa Wisata, Yogyakarta "

Atas perhatian dan perkenannya, kami ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 23 Agustus 2016
Program Studi Magister Manajemen
Ketua

Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB.,Ph.D

Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Saudara/Saudari Responden
Di tempat

Salam sejahtera,
Terima kasih saya ucapkan atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk meluangkan waktu guna mengisi kuesioner ini. Perkenalkan saya adalah mahasiswa Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir/ Tesis.

Nama : Juni Firdaus Sihombing

NPM : 155002318

Kuisisioner ini ditujukan kepada konsumen/tamu yang menginap pada *Homestay* Desa Wisata Tembi Yogyakarta. Saya berharap responden dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Demikian pengantar ini saya sampaikan, atas bantuan dan kerja samanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Juni Firdaus Sihombing

**KEPUASAN WISATAWAN, ANTESEDEN DAN
KONSEKUENSI: Studi Pada Wisatawan Yang Menginap
Pada *Homestay* Desa Wisata Tembi**

DATA RESPONDEN

Beri tanda (√) pada alternative jawaban yang telah disediakan. Informasi tentang data pribadi anda tidak akan dipublikasikan. Informasi ini hanya untuk kepentingan penelitian semata.

Nama	:		
Jenis Kelamin	:	<input type="checkbox"/> Pria	<input type="checkbox"/> Wanita
Umur	:	<input type="checkbox"/> 18 Tahun – 26 Tahun <input type="checkbox"/> 27 Tahun – 35 Tahun <input type="checkbox"/> 36 Tahun – 44 Tahun <input type="checkbox"/> 45 Tahun – 53 Tahun <input type="checkbox"/> ≥ 54 Tahun	
Pendidikan	:	<input type="checkbox"/> SMA/ Sederajat <input type="checkbox"/> D1 sederajat/ Strata 1 <input type="checkbox"/> Strata 2/ Strata 3	
Frekuensi menginap	:	<input type="checkbox"/> 1 Kali <input type="checkbox"/> 2-3 Kali <input type="checkbox"/> ≥ 4 Kali	
Asal Daerah	:	<input type="checkbox"/> Jakarta <input type="checkbox"/> Jawa Barat <input type="checkbox"/> Lainnya,sebutkan.....	<input type="checkbox"/> Jawa Timur <input type="checkbox"/> Jawa Tengah
Pekerjaan	:	<input type="checkbox"/> Wirausaha <input type="checkbox"/> Wiraswasta <input type="checkbox"/> Lain-lainnya	<input type="checkbox"/> Pegawai Negeri

PENILAIAN

Untuk pernyataan-pernyataan berikut ini, Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dipersilahkan untuk memberikan jawaban dengan mengisi tanda centang (√) pada skala 1 – 5 dalam kolom jawaban yang sudah tersedia dengan pilihan sebagai berikut :

Skala Penelitian

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

4 = Setuju (S)

2 = Tidak Setuju (TS)

5 = Sangat Setuju

(SS)

3 = Netral (N)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	Atribut Destinasi (X1)	1	2	3	4	5
Faktor: Lokasi dan Penginapan						
1	Mendapatkan keamanan dan kenyamanan saat menginap					
2	Menginap di tempat yang mudah terjangkau					
3	Mendapatkan suasana yang menyenangkan					
4	Kualitas penginapan yang baik					
5	Mendapatkan penginapan dengan pemandangan yang indah					
6	Mendapatkan penginapan yang bersih					
Faktor: Penawaran dan Informasi						
7	Menyediakan masakan lokal					
8	Menyediakan kegiatan budaya atau kegiatan lainnya					
9	Mengenal etnik atau kebudayaan lokal					
10	Mendapatkan paket wisata					
Faktor: Daya Tarik Wisata Umum						
11	Tersedia tempat belanja yang memadai					
12	Mendapatkan kesempatan beristirahat					
Faktor: Layanan Setempat						
13	Mendapatkan informasi keanekaragaman budaya/ sejarah					
14	Merasakan keramahtamahan penduduk setempat					

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	Motivasi (X2)	1	2	3	4	5
Faktor: Unfamiliarity						
1	Belajar perbedaan budaya/kehidupan masyarakat lokal					
2	Mendapatkan berbagai macam kegiatan					
3	Mengunjungi tempat baru					
4	Ingin melihat keindahan alam					
Faktor: Keakraban/ Bersantai						
5	Saya ingin menikmati liburan					
6	Saya ingin mengunjungi tempat-tempat terkenal					
7	Saya ingin mendapatkan tempat yang romantic					
8	Saya ingin mencari aneka ragam makanan					
9	Saya ingin mendapatkan pelayanan yang baik					
10	Saya ingin mengikuti kegiatan kebudayaan					

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	Kepuasan Wisatawan (Y)	1	2	3	4	5
1	Wisata yang memberikan banyak manfaat dengan biaya yang terjangkau					
2	Tempat wisata yang terbaik dibanding dengan tempat yang lain					
3	Tempat ini jauh lebih baik dari yang saya pikirkan					

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	Loyalitas Destinasi (Y1)	1	2	3	4	5
1	Saya akan kembali lagi pada perjalanan berikutnya					
2	Saya akan merekomendasikan tempat ini kepada teman dan relasi					
3	Saya akan merekomendasikan kepada orang-orang yang mencari informasi tentang tempat wisata					

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	Niat Untuk Merekomendasikan (Y2)	1	2	3	4	5
1	Saya memberikan umpan balik positif dan menyebarkan keuntungan menginap pada akomodasi ini					
2	Saya memberikan umpan balik positif dan akan memberitahukan kepada orang lain					

Reliability
**(Variabel Tujuan Wisata Budaya dengan faktor lokasi dan
 penginapan, penawaran dan informasi, daya tarik wisata umum
 dan layanan setempat)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.826	14

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Lokasi.1	50.41	31.914	0.47	0.814
Lokasi.2	50.8	31.603	0.411	0.818
Lokasi.3	50.32	32.347	0.475	0.814
Lokasi.4	50.53	31.782	0.503	0.812
Lokasi.5	50.43	32.459	0.397	0.818
Lokasi.6	50.46	31.787	0.489	0.813
Tawar.1	50.9	31.583	0.462	0.814
Tawar.2	50.88	30.271	0.585	0.805
Tawar.3	50.89	30.128	0.617	0.803
Tawar.4	51.27	31.138	0.444	0.816
Dayatarik.1	51.52	31.685	0.325	0.827
Dayatarik.2	50.67	31.991	0.37	0.821
Layanan.1	50.84	30.415	0.515	0.81
Layanan.2	50.55	32.297	0.376	0.82

Reliability
(Variabel Motivasi dengan faktor Unfamiliarity & Keakraban/
bersantai)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.814	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Unfamiliarity.1	36.4	18.819	0.476	0.8
Unfamiliarity.2	36.54	18.626	0.41	0.808
Unfamiliarity.3	36.27	18.916	0.467	0.801
Unfamiliarity.4	36.02	19.191	0.475	0.8
Akrab.1	35.99	19.301	0.402	0.807
Akrab.2	36.26	17.602	0.544	0.792
Akrab.3	36.37	17.109	0.584	0.787
Akrab.4	36.42	18.238	0.491	0.798
Akrab.5	36.01	18.182	0.561	0.791
Akrab.6	36.25	18.122	0.537	0.793

Reliability (Variabel Kepuasan Wisatawan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Puas.1	7.84	1.685	.481	.724
Puas.2	7.99	1.495	.616	.565
Puas.3	7.91	1.552	.563	.630

Reliability
(Variabel Loyalitas Destinasi)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.82	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Loyal.1	8.02	1.541	0.705	0.722
Loyal.2	8.06	1.69	0.655	0.772
Loyal.3	7.88	1.707	0.665	0.762

Reliability
(Variabel Niat Untuk Merekomendasikan (WOM))

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.898	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
WOM.1	4.09	0.366	0.815	
WOM.2	4.04	0.378	0.815	

HASIL UJI REGRESI LINIER BERGANDA (Tujuan Wisata Budaya Terhadap Kepuasan Wisatawan)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan wisatawan	11.87	1.768	330
Lokasi dan penginapan	24.96	2.815	330
Penawaran dan Informasi	14.67	2.549	330
Daya tarik wisatawan	7.11	1.291	330
Layanan setempat	7.92	1.352	330

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.621 ^a	.386	.378	1.394	.386	51.075	4	325	.000

a. Predictors: (Constant), Layanan setempat, Daya tarik wisatawan, Penawaran dan Informasi, Lokasi dan penginapan

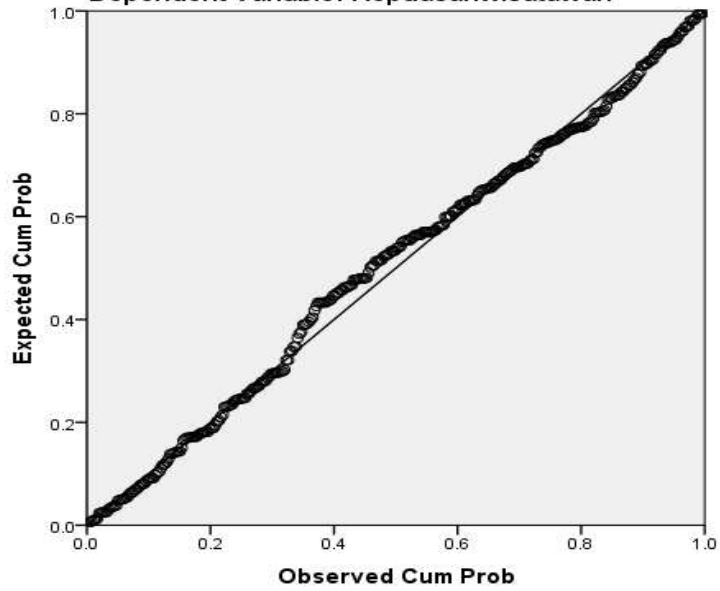
b. Dependent Variable: Kepuasan wisatawan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	2.082	0.73		2.851	0.005
	Lokasi dan penginapan	0.156	0.032	0.248	4.816	0.000
1	Penawaran dan Informasi	0.156	0.035	0.225	4.471	0.000
	Daya tarik wisatawan	0.325	0.069	0.237	4.727	0.000
	Layanan setempat	0.164	0.066	0.126	2.486	0.013

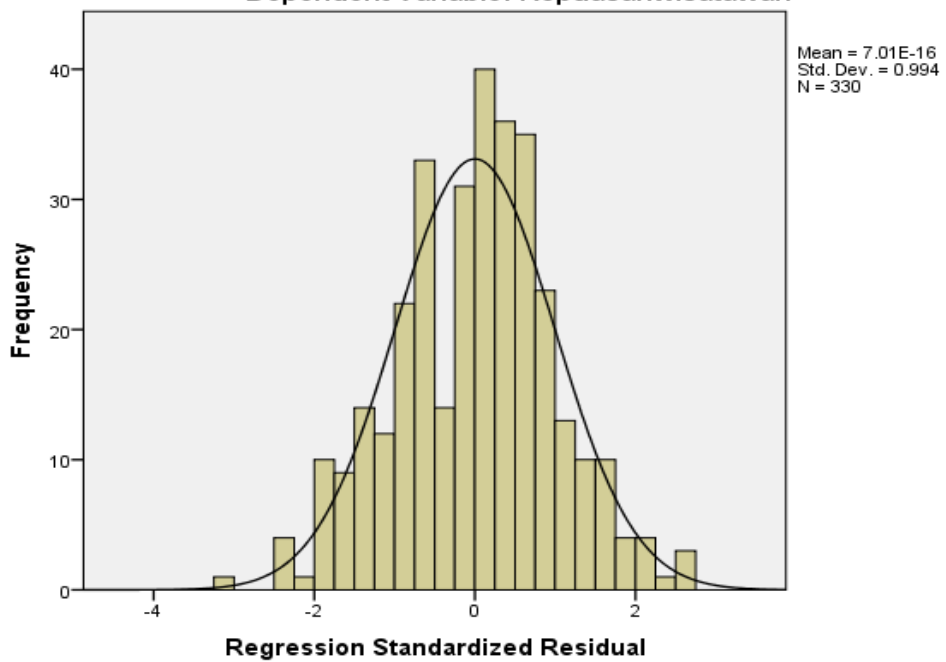
a. Dependent Variable: Kepuasan wisatawan

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable: Kepuasanwisatawan



Histogram

Dependent Variable: Kepuasanwisatawan



HASIL UJI REGRESI BERGANDA (Motivasi Terhadap Kepuasan Wisatawan)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan wisatawan	11.87	1.768	330
Unfamiliarity	15.89	2.085	330
Keakrapan atau Bersantai	24.39	3.314	330

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.607 ^a	0.369	0.365	1.409	0.369	95.53	2	327	0,000

a. Predictors: (Constant), KeakrapanatauBersantai, Unfamiliarity

b. Dependent Variable: Kepuasanwisatawan

ANOVA

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	379.366	2	189.683	95.53	.000 ^b
	Residual	649.288	327	1.986		
	Total	1028.66	329			

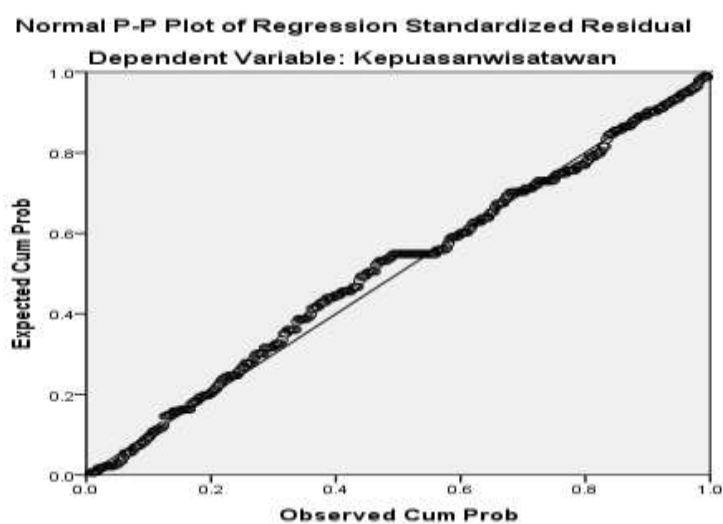
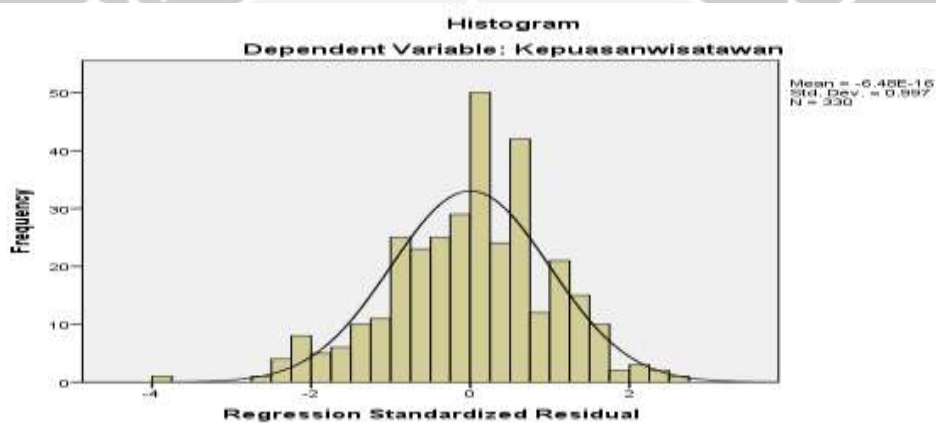
a. Dependent Variable: Kepuasanwisatawan

b. Predictors: (Constant), KeakrapanatauBersantai, Unfamiliarity

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.598	0.676		3.843	0,000
Unfamiliarity	0.287	0.043	0.339	6.669	0,000
KeakrapanatauBersantai	0.193	0.027	0.362	7.117	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasanwisatawan



HASIL UJI REGRESI SEDERHANA
(Kepuasan Wisatawan Terhadap Loyalitas Destinasi)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.676 ^a	0.457	0.456	1.36	0.457	276.49	1	328	0,000

ANOVA^a

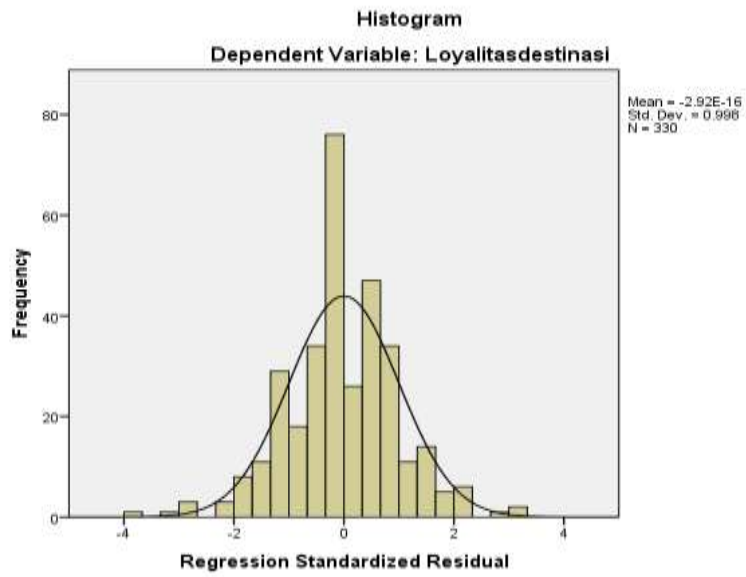
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	511.316	1	511.316	276.49	.000 ^b
1 Residual	606.575	328	1.849		
Total	1117.891	329			

a. Dependent Variable: Loyalitasdestinasi

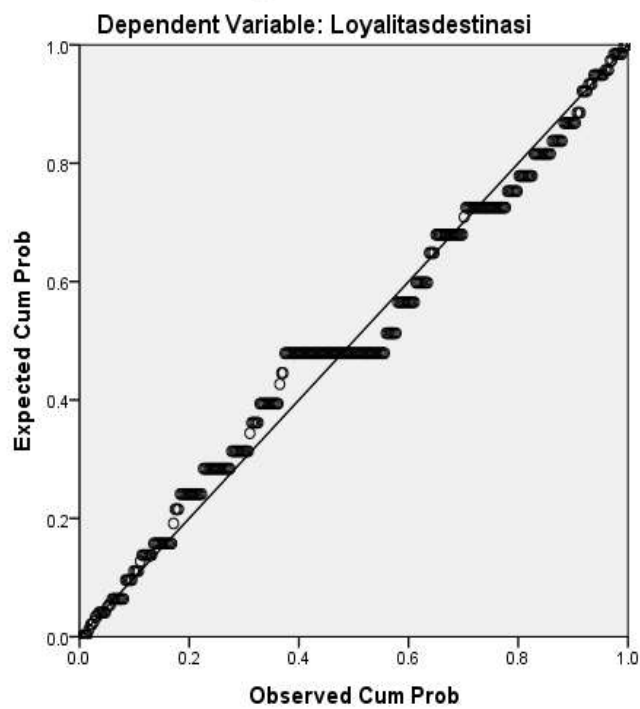
b. Predictors: (Constant), Kepuasanwisatawan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.611	0.509		7.095	0,000
1 Kepuasanwisatawan	0.705	0.042	0.676	16.628	0,000



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



HASIL UJI REGRESI SEDERHANA

(Kepuasan Wisatawan terhadap WOM)

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
WOM	8.13	1.163	330
Kepuasanwisatawan	11.87	1.768	330

MODEL SUMMARY

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.551 ^a	0.303	0.301	0.972	0.303	142.662	1	328	0,000

a. Predictors: (Constant), Kepuasanwisatawan

b. Dependent Variable: WOM

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Std. Error	Beta	T	Sig.
		B					
1	(Constant)	3.830		.364		10.528	.000
	Kepuasanwisatawan	.362		.030	.551	11.944	.000

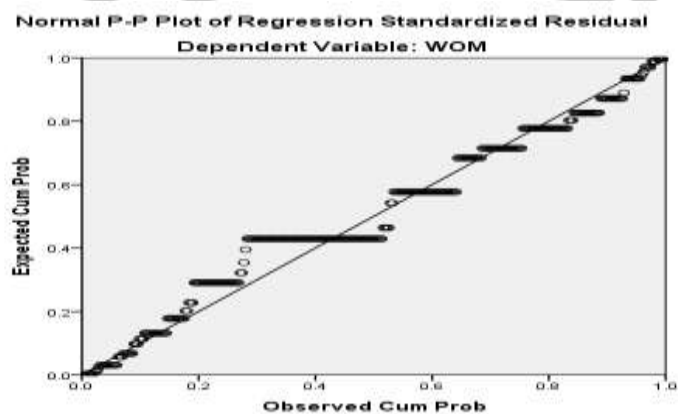
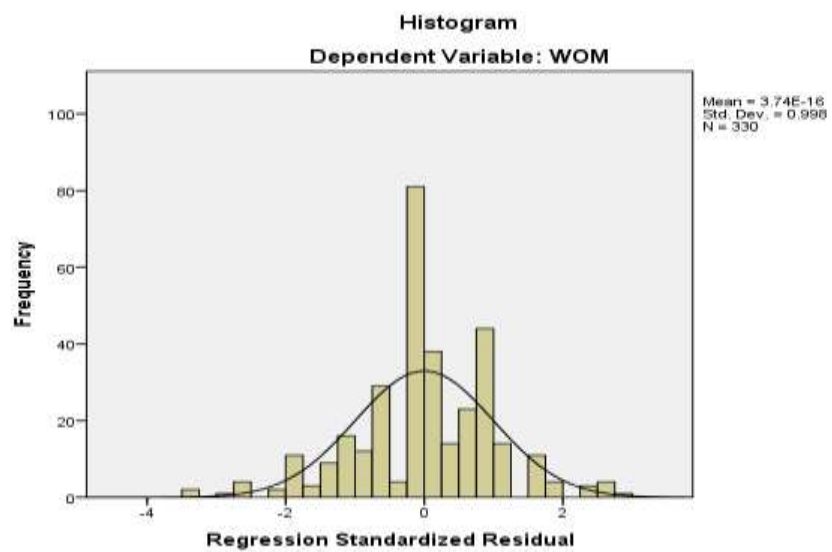
a. Dependent Variable: WOM

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134.779	1	134.779	142.662	.000 ^b
	Residual	309.875	328	.945		
	Total	444.655	329			

a. Dependent Variable: WOM

b. Predictors: (Constant), Kepuasanwisatawan



4	4	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	
4	5	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	3	4	5	3	3	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4
4	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3
4	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4
4	5	4	4	3	4	4	5	4	3	3	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
4	3	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4
4	4	5	4	4	5	4	5	5	3	3	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	3	4
4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4
5	5	4	4	4	4	3	2	3	2	2	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	4	4	4	4	3	3	3	2	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	5
3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
5	4	5	4	4	5	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	5	4	4	5	4	4
5	4	5	4	4	5	3	3	3	3	3	5	2	4	4	4	4	4	5	2	3	3	4	3	4	3	5	4	4	5	4	4
3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	3	2	5	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	4	4	3	3	3	4	5
5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4
3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
5	5	4	2	5	3	5	4	4	2	5	2	5	4	5	5	5	5	3	2	3	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5
5	5	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4

5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	3	3	3	2	4	5	5	3	5	3	4	2	5	4	5	5	5	5	4	4
5	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	4	
5	4	3	4	5	5	4	3	4	5	3	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	3	5	3	3	5	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	3	3	5	5	4	4	4	5	4	4	2	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
4	5	4	4	2	4	4	4	2	2	2	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	2	4	2	2	4	4	2	4	2
4	3	5	4	4	4	4	3	3	3	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	3	3	5	4	5	4	3	4	5	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	
3	4	3	2	2	3	4	4	4	4	2	4	2	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	
4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	
4	4	5	5	4	5	5	3	3	2	2	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4	
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	5	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	
5	3	5	5	5	5	4	3	3	3	3	5	3	5	3	3	5	5	5	3	5	3	5	5	5	3	5	5	5	3	4	4
3	3	4	4	4	3	3	4	4	5	2	4	3	4	3	4	4	4	4	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	
3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	3	3	4	
4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5
4	4	5	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	3	5	4	5	5	5	3	3	3	2	5	3	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	
5	5	4	5	5	5	3	3	2	1	1	4	3	5	3	4	4	5	5	4	3	3	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4
5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	3	4	5	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	
5	3	4	5	5	4	4	5	5	3	3	4	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	
5	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	4	5	3	3	4	5	5	4	3	3	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5
4	3	4	5	4	4	3	3	4	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	
4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	3	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	
3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	3	5	5	3	3	3	4	3	4	4	4	
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	
4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	
5	4	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	5	3	3	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5
5	3	4	3	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	
4	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	
4	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	
3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	3	5	4	4	4	3	5	5	3	5	5	3	3	3	3	3	3	
2	4	4	2	4	2	4	4	3	3	2	4	3	5	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	
4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	1	3	3	3	2	2	2	4	4	4	5	5	5	5	4	4	2	5	5	5	4	4	
4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	2	4	5	5	5	2	3	3	2	2	5	3	3	3	4	3	3	5	5	4	3	3	5	4	3	4	4	3	3	3	3	
4	2	3	4	5	5	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	2	5	4	5	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	
3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	
4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	5	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
5	5	4	5	5	5	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	

5	5	3	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	1	5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	4	2	3	4	4	4	4	3	3	
4	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	4	2	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3		
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	
5	3	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	5	5	4	3	3	3	5	5	4	4	4	
4	4	4	3	4	3	4	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	2	2	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	
5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	

