

## BAB V

### PENUTUP

Bagian ini merupakan bagian terakhir pada penelitian ini, pada bagian ini akan menjelaskan mengenai kesimpulan yang berdasarkan hasil uji hipotesis yang berada dibagian bab sebelumnya. Bab ini juga akan memaparkan keterbatasan penelitian dan menuliskan saran yang relevan yang bermanfaat bagi pihak lain atau penelitian lain di kemudian hari.

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan uji hipotesis pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Penggunaan media sosial memberikan pengaruh yang signifikan namun negatif terhadap keterlibatan keputusan pembelian. Ini berarti, arah pengaruh / hubungan berlawanan, di mana saat penggunaan media sosial meningkat maka keterlibatan keputusan pembelian akan menurun. Hubungan dari hasil penelitian ini berbeda dengan hasil hubungan dari penelitian yang dilakukan oleh Prasad *et al.* (2017) dan Munir *et al.* (2018), di mana dalam penelitian sebelumnya itu para peneliti menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial memiliki efek yang positif dan signifikan terhadap keterlibatan keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian ini menyebutkan bahwa penggunaan media sosial memiliki efek yang negatif dan signifikan terhadap keterlibatan keputusan pembelian.
2. *Electronic word of mouth* ( EWOM) memberikan efek positif serta signifikan terhadap keterlibatan keputusan pembelian. Ini berarti, dengan meningkatnya

EWOM maka akan berpengaruh secara searah dengan meningkatnya keterlibatan keputusan pembelian, serta sebaliknya saat EWOM menurun keterlibatan keputusan pembelian akan menurun. Adanya EWOM orang-orang akan menjadi memiliki informasi yang lebih banyak mengenai suatu produk/merek, mereka akan bisa mengetahui kesan positif maupun negatif suatu produk. Informasi yang didapatkan ini akan mempengaruhi keterlibatan keputusan pembelian seseorang, saat kesan yang diberikan adalah kesan yang positif maka orang-orang akan meresponnya secara positif dan akan meningkatkan keterlibatan keputusan pembelian mereka. Hal sebaliknya juga akan mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Handi *et al.* (2018), yang menyimpulkan bahwa EWOM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keterlibatan keputusan pembelian.

3. Kepercayaan online sebagai mediasi antara penggunaan media sosial terhadap keputusan pembelian memberikan efek positif dan signifikan. Hal ini berarti dengan adanya mediasi dari kepercayaan online maka pengaruh penggunaan media sosial terhadap keterlibatan keputusan pembelian akan meningkat.
4. Mediasi dari kepercayaan online pada EWOM terhadap keputusan pembelian juga memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan, sama dengan pengaruh mediasi kepercayaan online terhadap penggunaan media sosial terhadap keterlibatan keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa mediasi kepercayaan online juga akan meningkatkan pengaruh EWOM terhadap keterlibatan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini mendukung

penelitian yang dilakukan Prasad dan Garg (2018), di mana peneliti menjelaskan bahwa EWOM dan penggunaan media sosial memiliki efek positif dan signifikan terhadap keterlibatan keputusan pembelian melalui mediasi kepercayaan.

## **5.2 Implikasi Manajerial**

Pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa EWOM memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keterlibatan keputusan pembelian. Peranan mediasi dari kepercayaan online juga memiliki hasil yang signifikan untuk EWOM dan penggunaan media sosial terhadap keterlibatan keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ini, peneliti menyarankan kepada pihak manajerial untuk melakukan sebagai berikut :

1. Shopee perlu untuk selalu menjaga dan meningkatkan kepercayaan online pelanggan untuk menghasilkan/mendapatkan *review* yang bersifat positif yang akan mampu meningkatkan keputusan pembelian.
2. Shopee perlu menggunakan media sosial secara optimal dalam penyebaran informasi mengenai promosi, event dan lainnya untuk dapat memberikan informasi yang jelas kepada orang-orang serta meningkatkan hubungan yang positif dengan pelanggan.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan analisis dan hasil penelitian, peneliti menemukan beberapa kekurangan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya dan pihak-pihak lainnya. Kekurangan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel yang diteliti pada penelitian ini terbatas, sehingga *R-square* yang dihasilkan nilainya kecil. Hal ini berarti, variabel independen masih kurang dalam menjelaskan variabel dependen maupun mediasi.
2. Adanya keterbatasan penelitian ini berupa banyaknya responden yang menjawab ragu-ragu pada item pernyataan penggunaan media sosial dan jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan sesungguhnya, serta hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang negatif terhadap keterlibatan keputusan pembelian.

### 5.4 Saran Penelitian

Berdasarkan kesimpulan dan kekurangan penelitian *di atas* maka peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya, berikut ini adalah saran dari keterbatasan penelitian ini :

1. Menambahkan variable independen lain agar *R-square* yang dihasilkan memiliki nilai yang cukup besar, sehingga variabel independen mampu menjelaskan variable dependen dan variable mediasinya dengan baik.
2. Item pernyataan yang ada masih kurang memadai, kurang dapat menjelaskan dan menunjukkan keadaan yang sesungguhnya, sehingga penelitian selanjutnya perlu untuk menambah dan memperbaiki item pernyataan yang ada, untuk menghindari jawaban yang cenderung ditengah (ragu-ragu).

## DAFTAR PUSTAKA

- Bhalla, S. (2020). *Demystifying the Key Antecedents of Consumer Trust in Online Shopping and Testing the Mediating Role of Consumer Trust: An Empirical Study*.
- BOJANG, I. (2017). *Determinants Of Trust In B2c E-Commerce And Their Relationship With Consumer Online Trust: A Case Of Ekaterinburg, Russian Federation*. Journal of Internet Banking and Commerce.
- Christy, F. E. (2020, Agustus 31). *Top 10 E-commerce di Indonesia Kuartal I 2020*. Retrieved April 22, 2021, from tempo.co: <https://data.tempo.co/data/907/top-10-e-commerce-di-indonesia-kuartal-i-2020>
- Fhonna, R. A., & Utami, S. (2018). *Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keterlibatan Keputusan Pembelian Dan Kepercayaan Sebagai Pemediasi Pada Konsumen Shopee Di Universitas Syiah Kuala*.
- Go, E. (2015). *But Not All Social Media Are The Same: Analyzing Organizations' Social Media Usage Patterns*.
- Ivanova , O., Flores-Zamora, J., Khelladi, I., & Ivanaj, S. (2018). *The Generational Cohort Effect In The Context Of Responsible Consumption*.
- Kwahk , K.-Y., & Kim, B. (2016). *Effects of social media on consumers' purchase decisions: evidence from Taobao*.
- Liu, Y., & Tang, X. (2017). *The effects of online trust-building mechanisms on trust and repurchase intentions: An empirical study on eBay*.
- Sanjaya , V. F., & Jaolis, F. (2021). *Pengaruh Perceived Trustworthiness Of Instagram Store Dan Peer Customer Endorsement Terhadap Trust In Internet Shopping Dan Intention To Buy Produk Fashion Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Kristen Petra*.
- SILVA, J., PINHO, J. C., SOARES, A., & SÁ, E. (2018). *Antecedents Of Online Purchase Intention And Behaviour: Uncovering Unobserved Heterogeneity*.
- Halim, E. (2020). *The Impact of Trust to Online Purchase Intention of Business Investors*.

- Handi, H., Hendratono, T., Purwanto, E., & Ihalauw, J. J. (2018). *The Effect of E-WOM and Perceived Value on the Purchase Decision of Foods by Using the Go-Food Application as Mediated by Trust.*
- Hruska, J., & Maresova, P. (2020). *Use of Social Media Platforms among Adults in the United States—Behavior on Social Media.*
- Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). *The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention, Marketing Intelligence and Planning.*
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing 17th edition.* Pearson education.
- Kotler, P., & Keller, K. I. (2016). *Marketing Management.* Harlow: Pearson .
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2021). *Practical Research.* United States: Pearson Education.
- Loureiro, S. M., Gorgus, T., & Kaufmann, H. R. (2017). *Antecedents and outcomes of online brand engagement: The role of brand love on enhancing electronic-word-of-mouth.*
- Monecke, A., & Leisch, F. (2012). *Journal of Statistic Software. SEM PLS: Structural Equation Modelling Using Partial Least Square.*
- Mothersbaugh, D. L., Hawkins, D. I., & Kleiser, S. B. (2020). *Consumer Behavior.* New York: McGraw-Hill Education.
- Munir, J., Shafi, K., Khan, F. A., & Ahmed, U. S. (2018). *Elucidating the relationship of social media usage and e-WOM with brand related purchase decision involvement: an integrated meta-framework approach.*
- Pakapatpornpob, N., Vongurai, R., & Inthawadee, S. (n.d.). *An Influence Of E-Wom And A Moderating Role Of Brand Attitude On It Product Purchase Intention In Bangkok, Thailand.*
- Pengnate, S. (., & Sarathy, R. (2017). *An Experimental Investigation Of The Influence Of Website Emotional Design Features On Trust In Unfamiliar Online Vendors.*
- Prasad, S., Garg, A., & Prasad, S. (2018). *Purchase Decision Of Generation Y In An Online Environment.*

- Prasad, S., Gupta, s. C., & Totala, N. K. (2017). *Asia-Pacific Journal of Business Administration. Social Media Usage, Electronic Word of Mouth and Purchase Decision Involvement.*
- Riyanto, A. D. (2020, february). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020.* Retrieved April 20, 2021, from Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Riyanto, A. D. (2020, Februari). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020.* Retrieved Maret 2021, from Hootsuite.
- Rosario, A. B., Valck, K. d., & Sotgiu, F. (2019). *Conceptualizing the electronic word-of-mouth process: What we know and need to know about eWOM creation, exposure, and evaluation.*
- Sarwono, J. (2012). *Mengenal PLS-SEM.* Yogyakarta: Andi Offset.
- Soni, N., & Verghese, M. (2018). *Analyzing the Impact of Online Brand Trust on Sales Promotion and Online Buying Decision.*
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Tan, W. (2018). *Research Methods.* Singapore: World Scientific.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing.* New York: McGraw-Hill Education.
- Zhang, R., & Tran, T. (2009). *Helping e-commerce consumers make good purchase decisions: a user reviews-based approach, in Babin, G., Kropf, P. and Weiss, M. (Eds), E-technologies: Innovation in an Open World.* Berlin: Springer.
- ZHAO , X., G. LYNCH, J. J., & CHEN , O. (2010). *Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths about Mediation Anaiysis.*

**Lampiran**  
**KUESIONER**

**PETUNJUK PENGISIAN:** Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda silang ( X ) pada nomor jawaban yang telah disediakan.

**I. IDENTITAS RESPONDEN DAN PERTANYAAN UMUM**

1. Jenis kelamin:
  - a. Pria
  - b. Wanita
2. Umur: ...
3. Uang Saku/Penghasilan per bulan :
  - a. < Rp. 1.500.000
  - b.  $\geq$  Rp. 1.500.000
4. Apakah anda pengguna media sosial? (Jika tidak, anda bisa berhenti disini)
  - a. Ya
  - b. Tidak
5. Apakah anda pernah berbelanja online di shopee ?
  - a. Ya
  - b. Tidak



## II. VARIABEL PENELITIAN

**Petunjuk Pengisian:** Berilah pendapat mengenai setiap pernyataan yang telah disediakan dengan cara memberikan tanda (x) pada kolom yang telah disediakan dengan keterangan sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Ragu-Ragu

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

No	Pertanyaan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	RG	S	SS
<b>Penggunaan media sosial</b>						
1	Hubungan saya dengan merek meningkat saat saya menggunakan media sosial					
2	Saya menggunakan media sosial untuk memantau pengguna lain di <i>marketplace</i> shopee untuk membeli barang					
3	Saya menggunakan media sosial untuk mengikuti penjualan dan promosi yang ada di Shopee					
4	Saya menggunakan media sosial untuk					

	mendapatkan informasi mengenai suatu <i>events</i> Shopee					
5	Orang-orang menghubungi saya menggunakan media sosial					
6	Saya menggunakan media sosial untuk meningkatkan hubungan saya dengan berbagai merek yang ada di Shopee					
7	Saya menggunakan media sosial untuk terus mengikuti peristiwa dan tren di Shopee					
8	Saya menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan perusahaan					
<b><i>Elektronik dari mulut ke mulut (Prasad et. al., 2017)</i></b>						
1	Saya akan berbicara sejujurnya secara online tentang produk/merek yang saya beli melalui Shopee					
2	Saya berbicara hal-hal positif secara online tentang produk / merek beli melalui Shopee					
3	Saya merekomendasikan kepada orang lain secara online untuk membeli produk / merek yang ada di Shopee					
4	Saya sering mencari tau tentang review produk online orang lain untuk					

	mendapatkan informasi tentang produk/merek apa yang memberikan kesan baik untuk mereka yang mereka beli melalui <i>marketplace</i> Shopee					
5	Saat saya membeli suatu produk / merek di Shopee dengan melihat review produk online orang lain akan membuat saya percaya diri dalam membeli produk / brand tersebut.					
<b><i>Kepercayaan (Prasad et. al., 2017)</i></b>						
1	Menggunakan internet merupakan pengalaman yang baik bagi saya pribadi.					
2	Saya mendapatkan informasi berguna melalui online.					
3	Media sosial aman dan dapat diandalkan.					
4	Mudah bagi saya untuk mempercayai seseorang / sesuatu secara online.					
5	Saya mendapatkan kepuasan dengan menggunakan internet.					
<b><i>Keterlibatan keputusan pembelian (Prasad et. al., 2017)</i></b>						
1	Dalam memilih dari sekian banyak jenis dan merk produk yang ada di Shopee, saya peduli yang mana yang saya beli.					
2	Penting bagi saya untuk membuat					

	pilihan produk yang tepat.					
3	Dalam memilih produk, saya peduli tentang hasil pilihan saya.					



### Jawaban responden

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y2.1	Y2.2	Y2.3
5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	3	3	5	3	3	3	5	3	4	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
2	1	1	2	2	2	4	2	2	2	2	4	4	4	4	1	1	2	4	4	4
5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	1	2	2	5	2	1	3	1	3	5	5	5	3	4	3	2	3	5	5	5
3	3	3	3	5	3	3	1	3	3	3	5	4	3	4	2	3	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	3	3	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	4	3	4	5	2	5	4	5	3	4	2	1	4	4	4	4
3	1	2	1	3	3	2	2	2	2	2	3	4	4	4	1	1	2	4	3	4
3	2	2	2	4	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	5
4	2	4	2	4	2	2	4	4	3	4	5	4	4	4	3	2	4	4	5	4
5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	2	2	3	5	5	5
3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	2	2	4	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	3	3	4	5	5	5
4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	5	4
4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	5	3	4	3	2	4	5	5	5

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

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

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



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

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



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

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

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

4	5	3	4	2	3	3	5	2	2	2	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

