

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Pengaruh Daya Tarik Oh Sehun Sebagai *Brand Ambassador* Terhadap *Brand Image* Whitelab”, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh daya tarik *brand ambassador* terhadap *brand image*. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis HA diterima, dan H0 dalam penelitian di tolak.

Berdasarkan hasil koefisien regresi, menghasilkan nilai sebesar 0,479 yang menunjukkan tingkat korelasi atau hubungan antar variabel daya tarik Oh Sehun terhadap *brand image* Whitelab masuk dalam kategori sedang. Indikator *likability* dari variabel daya tarik menunjukkan frekuensi jawaban paling tinggi dibandingkan dengan indikator lain, dengan total *mean* sebesar 3.40 pada pernyataan “Oh Sehun memiliki tampilan fisik yang menarik di mata saya.”. Hal tersebut menunjukkan bahwa tampilan fisik Oh Sehun sebagai *brand ambassador* Whitelab menjadi salah satu faktor yang paling dilihat oleh konsumen, sehingga dapat mempengaruhi *brand image* Whitelab.

Uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan menunjukkan nilai p value (sig. 0,000) < α (0.05), nilai t hitung (5.396) > t tabel (1.98397), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara Daya Tarik Oh Sehun sebagai *brand ambassador* terhadap *brand image* Whitelab. Berdasarkan hasil nilai koefisien

determinasi (R Square) sebesar 0,429 yang menunjukkan bahwa variabel daya tarik Oh Sehun sebagai *brand ambassador* (X) memberikan pengaruh sebesar 42,9% terhadap *brand image* Whitelab. Kemudian, sebesar 57,1% dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu konsumen terhadap *brand* Whitelab.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dipaparkan oleh peneliti di atas, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

a. Saran Akademis

Berdasarkan hasil temuan peneliti, terdapat kelemahan yang ada dalam penelitian ini. Kelemahan tersebut yaitu penelitian ini hanya meneliti salah satu dimensi yang harus dipenuhi oleh seorang *brand ambassador*, yaitu daya tarik. Sehingga hasil korelasi antar variabel masuk dalam kategori sedang. Hasil korelasi dapat masuk dalam kategori tinggi ketika peneliti melakukan penelitian kepada dimensi *brand ambassador* yang lain.

Hal tersebut kemudian akan membuka peluang bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan *brand ambassador* dan *brand image*. Peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian dengan dimensi *brand ambassador* lain, sehingga dapat menggali lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *brand image* yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

b. Saran Praktis

Berdasarkan segmentasi konsumen, Whitelab menasar kaum pria dan wanita di Indonesia. Namun hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa, penelitian ini didominasi oleh *followers* perempuan sebanyak 79%. Artinya, Oh Sehun tidak memenuhi aspek *familiarity* konsumen pria dari *brand* Whitelab. Peneliti dapat memberikan saran kepada perusahaan Whitelab untuk menggunakan *brand ambassador* yang lebih dikenal oleh kalangan pria di Indonesia dan dapat merepresentasikan kebutuhan kulit wajah pria Indonesia.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat nilai *mean* terendah pada variabel X yaitu “Oh Sehun mencerminkan sosok anak muda zaman sekarang seperti saya” dan “Oh Sehun memiliki banyak karya yang dikenal di Indonesia”. Pemilihan Oh Sehun sebagai *brand ambassador* tidak mencerminkan sosok anak muda zaman sekarang dan tidak memiliki banyak karya yang dikenal di Indonesia di mata responden. Sehingga peneliti dapat memberikan saran kepada Whitelab, agar lebih memperhatikan pemilihan sosok *brand ambassador*. Pemilihan ini seharusnya didasarkan oleh sosok yang dapat merepresentasikan gaya hidup anak muda zaman sekarang dan memiliki karya yang banyak dikenal oleh konsumen.

Pada penelitian ini juga terdapat nilai *mean* terendah pada variabel Y yaitu, “Whitelab memiliki berbagai macam variasi produk *whitening* yang mampu membantu kulit cerah seperti Oh Sehun.” Hal tersebut menunjukkan bahwa Whitelab tidak memiliki banyak variasi produk *whitening* di mata responden, yang

mampu membantu konsumen untuk memperoleh kulit cerah seperti Oh Sehun. Peneliti dapat memberikan saran kepada Whitelab, yaitu untuk mengencarkan promosi untuk produk *whitening* Whitelab melalui media sosial, terutama Instagram.



DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, Lisa. (2022). *Dijuluki Scientist Ganteng, Sehun EXO Jadi BA Produk Skincare Indonesia Bikin Heboh*. Diakses melalui <https://yoursay.suara.com/entertainment/2022/02/10/170911/dijuluki-scientist-ganteng-sehun-exo-jadi-ba-produk-skincare-indonesia-bikin-heboh> pada 28 Februari 2023
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2007). *Advertising and Promotion an Integrated Marketing Communication Perspective*. New York: International Edition. McGraw Hill/Irwin.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Communications Perspective (11th ed)*. New York: McGraw-Hill Education.
- Compas. (2022). *10 Brand Skincare Lokal Terlaris di Online Marketplace*. Diakses melalui <https://compas.co.id/article/brand-skincare-lokal-terlaris> pada 9 Desember 2022
- Digdo, Aryo. (2022). *Penukaran Serum Terbanyak Jadi Rekor Terbaru MURI*. Diakses melalui <https://merahputih.com/post/read/penukaran-serum-terbanyak-jadi-rekor-terbaru-muri> pada 25 Februari 2023.
- Dinisari, Mia. (2022). *Jessica Lin, Co-Founder Skin Care Whitelab yang Sukses Raih Beragam Penghargaan*. Diakses melalui <https://m.bisnis.com/amp/read/20220119/265/1490780/jessica-lin-co-founder-skin-care-whitelab-yang-sukses-raih-beragam-penghargaan> pada 9 Desember 2022
- Dwi, L. S., & Ponirin, P. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorsement dan Brand Image terhadap Purchase Intention Lipstik Sariayu*. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 6(3), 186-194.
- Effendy, Onong Uchjana. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Endit, Nikita. (2022). *Peluang Pasar: Produk Kecantikan dan Perawatan*. Diakses melalui <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/peluang-pasar-produk-kecantikan-dan-perawatan/> pada 9 Desember 2022.
- Firmansyah, M. Anang. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Hasibuan, Linda. (2020). *Industri Kecantikan Tahan Krisis, Laris Manis Meski Pandemi*. Diakses melalui <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20221104104902-33->

385138/industri-kecantikan-tahan-krisis-laris-manis-meski-pandemi/amp pada 9 Desember 2022

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th edition*. Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall.
- Kriyantono, Rachmat. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kriyantono, Rachmat. (2017). *Teori-Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal: Aplikasi Penelitian dan Praktik*. Jakarta: Kencana.
- Lea-Greenwood, Gaynor. (2012). *Fashion Marketing Communication*. USA: Wiley.
- Lenaini, I. (2021). *Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling*. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33-39.
- Maharani, Cahya. (2023). *Biodata Oh SEHUN: Maknae Devil EXO yang Jadi CEO ESPORT Seoul, Lengkap Beserta Profil, Fakta Unik dan Karirnya*. Diakses melalui <https://www.jatimnetwork.com/hiburan/pr-437359708/biodata-oh-sehun-maknae-devil-exo-yang-jadi-ceo-esport-seoul-lengkap-beserta-profil-fakta-unik-dan-karirnya?page=3> pada 25 Februari 2023.
- Mardana, Andi. (2022). *Keren! Whitelab Raih 5 Penghargaan di 2021*. Diakses melalui <https://www.womanindonesia.co.id/whitelab-raih-5-penghargaan-di-2021/> pada 25 Februari 2023.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Netherlands: SAGE Publications, Ltd.
- Neuman, W. L. (2016). *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif (7th ed)*. Jakarta: Indeks.
- Nurazhari, L., & Putri, Y. R. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador Blackpink Terhadap Brand Image Tokopedia Periode 2021*. *eProceedings of Management*, 9(3).
- Ohsehunorb [@Ohsehunbar]. (10 Februari, 2022). Ayang Sehun Scientist Ganteng Dapatkah penggemar Cina membeli produk Anda?? #WhitelabXSEHUN #ScientistGanteng [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/Ohsehunbar/status/1491610627277684739>

- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2017). *Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor*. *Kinerja*, 14(1), 16-23.
- Prasojo, E. (2019). *Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Melalui Brand Image (Studi Pada Mahasiswa Kota Tegal)*. *Journal Competency of Business*, 3(1), 14-33.
- Putri, Anisha S. (2022). *Sehun EXO Jadi Brand Ambassador Skincare Lokal Whitelab dan Beri Sebutan Scientist Ganteng, Ini Alasannya*. Diakses melalui <https://m.fimela.com/amp/4883995/sehun-exo-jadi-brand-ambassador-skincare-lokal-whitelab-dan-beri-sebutan-scientist-ganteng-ini-alasannya> pada 9 Desember 2022
- Putri, Mawaddah. (2022). *Ini Alasan Whitelab Gandeng Oh Sehun jadi "Brand Ambassador"*. Diakses melalui <https://kalteng.antaranews.com/berita/602925/ini-alasan-whitelab-gandeng-oh-sehun-jadi-brand-ambassador> pada 27 Juni 2023.
- Rizki, S. P., & Mudiantono, M. (2016). *Analisis Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Face Care Garnier Di Kota Semarang)*. *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 200-111.
- Sarasa, Agung B. (2021). *Permintaan Skincare Tembus 70%, Tren Kosmetik 2021 Bakal Tumbuh Pesat*. Diakses melalui <https://daerah.sindonews.com/newsread/350478/701/permintaan-skincare-tembus-70-tren-kosmetik-2021-bakal-tumbuh-pesat-1614582187> pada 9 Desember 2022
- Sari, S., & Ahmadi Usman, S. R. (2021). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Produk Wardah Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Ujung Pandang*.
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi, Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence A., & Andrew J.C (2013). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communication (9th ed)*. Mason: Cengage Learning.
- Soejoethi, Istihanah. (2022). *Profil Sehun, Member EXO yang Mulai Berkariier sebagai Aktor*. Diakses melalui <https://www.orami.co.id/magazine/profil-sehun-exo> pada 25 Februari 2023.
- Soemanagara Dermawan & Kennedy, John. E. (2006). *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta. PT Buana Ilmu Populer.

- Subyakto, Gogor. (2021). 15 K-Pop Idol Cowok dengan Followers Instagram Terbanyak: Ada Sehun EXO, Jackson GOT7, Sampai Cha Eun Woo!. Diakses melalui <https://www.kapanlagi.com/foto/berita-foto/korea/15-k-pop-idol-cowok-dengan-followers-instagram-terbanyak-ada-sehun-exo-jackson-got7-sampai-cha-eun-woo.html> pada 28 Februari 2023.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, Wiratna, V., & Utami, Retnani, L. (2019). *The Master Book of SPSS* (S. Adams (Ed.); 1st ed.). STARTUP.
- Vera, Nawiroh. (2016). *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Whitelab [@whitelab_id]. (n.d). Post [Instagram Profile]. Instagram. Diakses melalui https://www.instagram.com/whitelab_id/ pada 25 Februari 2023
- Wirawan, Unggul. (2022). *Sepanjang 2021, Whitelab Raih 5 Penghargaan*. Diakses melalui <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/880579/sepanjang-2021-whitelab-raih-5-penghargaan> pada 25 Februari 2023.
- Yunaida, E. (2017). *Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa*. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 798-807.

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Dengar hormat.

Perkenalkan nama saya Naela Aldora Amanda, mahasiswi tingkat akhir di Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Program Studi Ilmu Komunikasi. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian untuk penyusunan Tugas Akhir/Skripsi yang berjudul “**Pengaruh Daya Tarik Oh Sehun sebagai *Brand Ambassador* terhadap *Brand Image* Whitelab**”. Dengan ini saya memohon ketersediaan Saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner dengan sebaik-baiknya dan sejujur-jujurnya sesuai dengan jawaban yang mewakili diri Saudara/i.

Setiap informasi yang Saudara/i berikan dalam pengisian kuesioner ini akan saya jamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan ketersediaan Saudara/i sebagai partisipan dalam penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Naela Aldora Amanda

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Kuesioner ini digunakan untuk kepentingan akademis, sehingga responden diharapkan untuk mengisi kuesioner dengan jujur.
2. Setiap pertanyaan dijawab dengan cermat dan juga teliti, sesuai dengan jawaban yang mewakili diri anda.
3. Skala pengukuran dalam menjawab setiap pertanyaan terdiri dari:

SS: Sangat Setuju (Skor 4)

S: Setuju (Skor 3)

TS: Tidak Setuju (Skor 2)

STS: Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

B. Profile Responden

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Usia	(diisi oleh responden)
2.	Jenis Kelamin	P/L

C. Pertanyaan

1. Daya Tarik Oh Sehun sebagai *Brand Ambassador*

<i>Similarity</i>					
No	Pertanyaan	Penilaian			
1.	Oh Sehun mencerminkan sosok yang merawat kulit wajahnya seperti saya.	SS	S	TS	STS
2.	Oh Sehun mencerminkan sosok anak muda zaman sekarang seperti saya.				

<i>Familiarity</i>					
No	Pertanyaan	Penilaian			
1.	Oh Sehun merupakan artis asal Korea Selatan	SS	S	TS	STS

	yang terkenal di Indonesia.				
2.	Oh Sehun sudah terkenal jauh sebelum menjadi <i>brand ambassador</i> Whitelab.				
3.	Oh Sehun memiliki banyak karya yang dikenal di Indonesia.				

<i>Likability</i>					
No	Pertanyaan	Penilaian			
1.	Oh Sehun memiliki tampilan fisik yang menarik di mata saya.	SS	S	TS	STS
2.	Oh Sehun memiliki kharisma yang menarik di mata saya.				
3.	Oh Sehun memiliki karakter dan sikap yang positif di mata saya.				

2. *Brand Image Whitelab*

<i>Favorability</i>					
No	Pertanyaan	Penilaian			
1.	Produk Whitelab mampu merawat kulit wajah, sehingga dapat memberikan tampilan kulit wajah yang sehat seperti kulit yang dimiliki Oh Sehun.	SS	S	TS	STS
2.	Produk Whitelab mampu memberikan tampilan kulit wajah yang cerah benderang seperti kulit yang dimiliki Oh Sehun.				

<i>Uniqueness</i>		
No	Pertanyaan	Penilaian

1.	Whitelab merupakan satu-satunya <i>brand</i> lokal yang memiliki kandungan <i>Arbutin</i> yang dilengkapi dengan <i>Niacinamide</i> , <i>Hyalucomplex-10</i> dan <i>Marine Collagen</i> .	SS	S	TS	STS
2.	Slogan “Cerah Benderang” mengingatkan saya pada Whitelab.				
3.	Oh Sehun sebagai <i>brand ambassador</i> mengingatkan saya pada Whitelab.				

<i>Strength</i>					
No	Pertanyaan	Penilaian			
1.	Whitelab merupakan <i>skincare</i> yang menawarkan harga yang murah, namun memiliki kualitas seperti <i>brand</i> internasional.	SS	S	TS	STS
2.	Whitelab memiliki berbagai macam variasi produk <i>whitening</i> yang mampu membantu kulit cerah seperti Oh Sehun.				

TABEL HASIL KESELURUHAN JAWABAN RESPONDEN

"Pengaruh Daya Tarik Oh Sehum sebagai Brand Ambassador terhadap Brand Image Whitelab"																						
Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	DAYA TARIK									Total X	BRAND IMAGE						TOTAL Y			
			Similarity		Familiarity			Likability					Favorability		Uniqueness		Streght					
			Oh Sehum	Oh Sehum	Oh Sehum	Oh Sehum	Oh Sehum	Oh Sehum	Oh Sehum	Oh Sehum	Oh Sehum		Oh Sehum	Produk Wh	Produk V	Whitelab	Slogan "	Oh Sehum		Whitelab	Whitelab	
23	2		1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	28
27	2		4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	29	3	4	4	3	4	4	2	2	22
23	2		4	3	3	3	3	4	4	3	4	27	3	3	3	4	4	4	4	4	4	25
20	2		1	3	4	3	3	3	4	3	3	26	3	4	3	4	4	4	4	4	4	26
24	2		1	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	3	4	2	25	
31	1		4	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	28
29	2		2	4	4	4	4	4	4	3	4	31	4	4	4	4	4	4	4	3	27	
27	2		3	4	4	4	4	3	2	2	3	26	4	4	4	3	4	3	4	3	24	
23	1		1	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	2	2	2	2	18	
27	2		1	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	3	3	3	3	24	
31	2		2	4	3	3	3	3	3	3	3	25	4	3	3	4	4	4	4	4	26	
32	2		1	4	3	3	3	4	4	3	3	27	4	3	3	4	2	3	4	4	23	
35	1		2	4	3	4	4	3	3	3	4	28	4	3	4	3	4	2	2	2	22	
22	2		1	4	3	3	3	3	3	3	4	26	4	3	3	4	4	4	4	2	24	
28	1		3	4	3	3	3	3	3	3	4	26	4	3	3	3	3	4	2	2	22	
21	2		3	3	4	3	4	4	3	4	3	28	3	4	3	4	4	4	4	4	26	
34	2		2	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	2	3	3	3	21	
28	2		3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	4	4	2	3	24	
27	1		1	4	3	4	3	4	4	4	3	29	4	3	4	2	4	2	3	3	22	
20	2		3	4	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	4	4	3	2	4	4	25	
23	2		1	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	2	4	4	4	2	21	
31	2		1	4	3	3	3	3	4	3	4	27	4	3	3	4	3	3	3	3	23	
34	1		1	3	3	3	4	4	3	4	2	26	3	3	3	4	3	3	2	2	21	
34	1		2	3	4	4	4	3	4	3	4	29	3	4	4	4	2	2	2	2	21	
34	2		3	4	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	4	4	3	3	2	2	24	
35	2		1	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	4	4	4	4	25	
28	2		1	3	3	3	4	4	3	3	3	26	3	3	3	3	2	2	3	3	19	
35	2		4	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	4	3	2	2	22	
31	2		5	3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	2	2	2	2	2	2	2	14	
24	2		1	3	4	3	3	3	3	3	3	25	3	4	3	2	2	2	2	2	18	
25	2		1	4	4	3	4	4	4	3	3	29	4	4	3	3	4	3	3	3	24	
29	1		2	3	3	2	2	2	3	3	3	21	3	3	2	3	4	3	3	3	21	
28	1		1	3	2	4	4	4	4	4	4	29	3	2	4	3	3	4	3	3	22	
27	2		2	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	3	4	4	4	26	
33	2		4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	3	4	4	3	25	
29	2		1	4	3	3	3	3	3	3	4	26	4	3	3	4	4	4	4	4	26	
28	2		1	4	4	4	4	3	4	4	4	31	4	4	4	3	2	4	3	3	24	
33	2		1	2	4	3	4	3	4	3	4	27	2	4	3	3	4	2	4	4	22	
29	2		2	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	2	3	2	3	3	19	
35	2		1	4	4	4	4	4	4	3	3	30	4	4	4	2	3	3	3	3	23	
20	2		2	4	3	4	4	3	4	3	4	29	4	3	4	4	2	2	2	2	21	
30	2		2	3	3	3	3	3	3	4	3	25	3	3	3	2	2	4	2	2	19	
27	2		4	4	3	3	3	3	3	3	3	25	4	3	3	2	2	4	4	4	22	
29	2		2	4	4	4	4	3	4	4	3	30	4	4	4	4	2	4	3	3	25	
30	2		2	3	3	3	3	3	2	2	3	22	3	3	3	2	2	4	3	3	20	
27	2		3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	2	3	4	2	21	
24	2		4	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	4	4	4	2	23	
34	2		3	4	3	3	4	4	3	4	3	28	4	3	3	2	4	4	4	2	22	
25	1		1	3	3	3	4	4	4	4	4	29	3	3	3	3	4	4	3	3	23	
20	2		3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	3	4	3	2	2	24	
24	1		3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	2	3	2	2	2	21	
23	1		2	4	4	4	4	4	4	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	21	
22	2		4	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	4	4	4	4	25	
21	2		2	4	3	3	3	4	4	4	3	28	4	3	3	4	4	2	3	3	23	
26	1		2	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	4	28	
23	2		1	3	3	3	4	3	4	3	3	26	3	3	3	4	3	2	3	3	21	
31	2		1	3	3	3	4	3	3	3	3	25	3	3	3	3	2	2	2	3	19	
20	2		5	3	3	3	2	3	3	3	3	23	3	3	3	3	4	3	4	4	23	
25	2		3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	2	2	2	2	2	17	
35	2		3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	2	3	3	3	3	20	
24	1		5	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	2	4	3	4	4	25	
25	2		1	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	4	4	4	4	25	
35	2		1	4	3	3	4	2	4	2	4	26	4	3	3	4	2	4	2	2	22	

21	2	2	4	3	4	4	3	3	3	4	28	4	3	4	4	4	3	3	25
25	2	4	3	3	3	4	4	3	2	4	26	3	3	3	2	3	2	2	18
35	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	2	3	2	2	21
28	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	2	2	2	19
23	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	4	2	2	3	20
34	2	1	4	3	4	4	4	4	4	3	30	4	3	4	4	4	2	4	25
25	2	1	3	3	4	3	3	4	4	3	27	3	3	4	3	2	3	3	21
24	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	29	3	4	4	2	4	4	2	23
21	2	1	4	3	4	3	3	4	3	4	28	4	3	4	2	2	2	4	21
31	1	3	4	3	4	3	4	4	3	3	28	4	3	4	2	3	4	2	22
34	2	1	4	3	3	3	4	3	3	4	27	4	3	3	4	2	4	4	24
25	2	4	3	4	3	3	4	4	3	3	27	3	4	3	4	2	2	3	21
30	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	28	4	3	3	4	4	4	4	26
30	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	2	4	3	21
22	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	2	2	2	4	19
24	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	25	3	3	3	2	2	2	3	18
20	2	1	3	3	3	4	4	4	4	3	28	3	3	3	4	4	4	4	25
30	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	4	3	3	22
24	2	1	3	3	2	2	2	2	3	3	20	3	3	2	2	3	4	2	19
25	2	5	4	3	3	2	2	2	2	2	20	4	3	3	4	3	4	2	23
21	1	1	3	3	3	3	3	3	4	3	25	3	3	3	3	2	3	4	21
34	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	25	3	3	3	4	2	2	2	19
34	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	26	3	4	3	3	3	3	3	22
33	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	2	4	3	4	22
22	2	5	3	3	3	2	2	3	3	4	23	4	4	4	4	4	4	3	27
34	2	1	2	3	3	3	2	3	3	2	21	2	3	3	3	4	4	3	22
31	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	25	3	3	3	2	2	2	3	18
25	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	23	2	3	3	2	2	4	2	18
31	2	3	2	3	4	4	4	3	3	3	26	2	3	4	4	4	4	4	25
20	2	5	3	3	3	3	3	3	4	3	25	4	4	4	4	4	4	4	28
20	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	26	3	3	3	3	3	2	2	19
21	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	27	3	3	3	4	3	3	4	23
22	2	4	1	3	3	2	3	4	3	3	22	1	3	3	4	3	3	4	21
20	2	3	1	3	2	2	3	4	3	4	22	1	3	2	3	2	2	3	16
25	2	5	3	4	3	1	4	3	3	3	24	3	4	3	4	3	4	4	25
29	2	4	1	2	4	1	2	4	3	4	21	1	2	4	4	3	4	2	20
27	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	3	2	2	19