

BAB V PENUTUP

Pada bab ini penulis akan membahas kesimpulan dari penelitian ini, bagaimana penelitian ini dapat di implikasikan secara manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan lingkup dan keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan hasil dari analisis data terkait hubungan *Authenticity* baik secara konstruktivis maupun eksistensial dengan *Destination Loyalty* melalui keterlibatan selebriti pada bab terakhir dalam penelitian ini.

- 1) *Constructivist Authenticity* memiliki pengaruh positif pada *Existential Authenticity*.
- 2) *Constructivist Authenticity* dan *Existential Authenticity* tidak berpengaruh pada *Destination Loyalty* secara langsung namun kedua variabel memiliki pengaruh positif jika dimediasi oleh variabel keterlibatan selebriti.
- 3) Kesimpulan diatas menunjukkan bahwa keterlibatan selebriti berhasil memperkuat hubungan *Authenticity* suatu destinasi wisata kepada *Destination Loyalty*. Adanya rasa keterikatan wisatawan dengan selebriti kesukaannya menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata, bahkan mengunjunginya kembali dikemudian hari.

5.2.Implikasi Manajerial

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Existential Authenticity*, *Constructivist Authenticity*, dan keterlibatan selebriti yang mempengaruhi *Destination Loyalty* pada destinasi wisata di Yogyakarta yaitu Jalan Malioboro dan Tempo Gelato. Implikasi dalam penelitian ini dibentuk berdasarkan data-data yang telah diolah oleh penulis maka dari itu, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan pendekatan baru kepada para pelaku industri pariwisata untuk menarik minat wisatawan agar mau berwisata ke Yogyakarta dan mau untuk mengunjungi kembali atau bahkan merekomendasikan destinasi wisata tersebut ke orang lain. Berikut implikasi manajerial yang disarankan oleh penulis berdasarkan hasil penelitian ini :

- 1) Pada penelitian ini, terungkap bahwa *Constructivist Authenticity* memiliki pengaruh positif kepada *Existential Authenticity*. Dimana interaksi warga lokal dengan wisatawan, dan budaya yang ditampilkan kepada wisatawan memberikan interpretasi yang baik dan memberikan nilai pengalaman tersendiri bagi wisatawan. Maka dari itu sebagai pelaku industri pariwisata, dapat lebih menonjolkan ciri khas berupa suasana, situasi, dan kebudayaan positif yang dapat kita temui di destinasi wisata Yogyakarta.
- 2) Untuk meningkatkan *Destination Loyalty*, wisatawan memerlukan kepuasan dan hubungan psikologis yang intens terhadap suatu destinasi wisata. Maka dari itu, melalui keterlibatan selebriti, wisatawan memiliki hubungan psikologis berupa rasa akrab dan rasa bangga karena dapat mengunjungi

destinasi yang pernah dikunjungi oleh selebriti kesukaan mereka. Sebagai penggiat industri pariwisata, hal ini dapat menjadi peluang baru untuk memberikan pengalaman baru dalam berwisata pada destinasi tersebut dengan melibatkan kegiatan yang dilakukan oleh grup idola Seventeen selama berwisata di Yogyakarta kepada wisatawan potensial.

- 3) Pemerintah dapat mendukung kemajuan pariwisata Yogyakarta dengan membangun fasilitas yang menunjang pariwisata Yogyakarta seperti *tourist center*, memperbaiki dan memperbanyak toilet umum, tempat sampah, kemudahan akses menuju tempat wisata, dan meningkatkan fasilitas keselamatan dan keamanan bagi destinasi yang beresiko. Sehingga, pengalaman pariwisata akan lebih menyenangkan dan fenomena *viral* ini bukan sekedar momen sesaat saja melainkan sesuatu yang berkelanjutan mengingat *Battle Trip* episode 146 bukan satu-satunya film yang melakukan proses pengambilan gambar di Yogyakarta.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dan kelemahan adalah suatu hal yang lumrah ditemukan ketika melakukan suatu penelitian. Hal inilah yang membuat ruang untuk berkembangnya suatu ilmu pengetahuan untuk selalu diperbaiki dari waktu ke waktu. Keterbatasan yang penulis temui selama melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Penulis tidak memberikan batasan pada waktu kunjungan sehingga pengalaman yang dirasakan tiap wisatawan tentu sangat berbeda mengingat telah dilakukan banyak perubahan pada destinasi wisata pada 5 tahun terakhir.

- 2) Penulis hanya menggunakan usia sebagai klasifikasi demografi dan tidak menggunakan klasifikasi lainnya seperti pendapatan, jenis kelamin, dan pekerjaan wisatawan. Hal ini tentu membedakan persepsi wisatawan terhadap suatu pengalaman berwisata.
- 3) Penulis melakukan penyebaran kuisisioner secara online sehingga resiko manipulasi dalam pengisian kuisisioner dan tidak keakuratan dalam mengisi kuisisioner cukup tinggi
- 4) Penulis memilih Jalan Malioboro dan Tempo Gelato yaitu destinasi wisata yang umum didatangi oleh wisatawan dan sudah menjadi ikon dari pariwisata di Yogyakarta sehingga pengaruh dari variabel yang diteliti mungkin hanya satu dari sebagian kecil faktor wisatawan menjadi loyal dengan destinasi tersebut.

5.4.Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan keterbatasan dan kelemahan penelitian ini, penulis dapat memberikan saran yang dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya. Berikut saran yang dapat penulis berikan untuk penelitian selanjutnya :

- 1) Peneliti selanjutnya dapat menggunakan klasifikasi demografi yang lebih spesifik.
- 2) Peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian terhadap destinasi perfilman di Yogyakarta yang lainnya. Pada *Battle Trip* episode 146 sendiri, grup idola Seventeen mendatangi kurang lebih 8 destinasi wisata sehingga masih banyak destinasi lainnya yang dapat diteliti mulai dari tempat yang

umum didatangi wisatawan hingga *hidden gem* yang hanya diketahui sebagian wisatawan

- 3) Jika ingin melakukan penelitian di tempat yang sama, peneliti dapat menggunakan pendekatan melalui keterlibatan selebriti yang berbeda. Cukup banyak proses pengambilan film yang dilakukan di Yogyakarta yang menggunakan destinasi wisata yang sama. Tentu saja perbedaan referensi perfilman akan memberikan persepsi yang berbeda pada wisatawan sehingga ada ruang untuk penelitian baru dilakukan



DAFTAR PUSTAKA

- Araújo Vila, N., Fraiz Brea, J. A., & de Carlos, P. (2021). Film tourism in Spain: Destination awareness and visit motivation as determinants to visit places seen in TV series. *European Research on Management and Business Economics*, 27(1), 100135.
- Armstrong, G. T., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing, Global Edition* (18th ed.). Pearson International Content.
- Beeton, S. (2006). Understanding film-induced tourism. *Tourism Analysis*, 11(3), 181–188.
- Bryce, D., Curran, R., O’Gorman, K., & Taheri, B. (2015). Visitors’ engagement and authenticity: Japanese heritage consumption. *Tourism Management*, 46, 571–581.
- Castéran, H., & Roederer, C. (2013). Does authenticity really affect behavior? The case of the Strasbourg Christmas market. *Tourism Management*, 36, 153–163.
- Chen, C. Y. (2018). Influence of celebrity involvement on place attachment: role of destination image in film tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(1), 1–14.
- Hair, J., Risher, J., Sarstedt, M., & Ringle, C. (2019). When To Use And How To Report The Results Of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.

Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J., & Baloglu, S. (2021). *Marketing for Hospitality and Tourism, Global Edition* (8th ed.). Pearson International Content.

Park, E., Choi, B. K., & Lee, T. J. (2019). The role and dimensions of authenticity in heritage tourism. *Tourism Management*, 74(March), 99–109.

Sandi: Turis Lokal Lebih Bernilai dari Wisatawan Mancanegara - PEDULI COVID19 / KEMENPAREKRAF / BAPAREKRAF RI. (n.d.). Diakses pada Oktober 25, 2022, dari <https://pedulicovid19.kememparekraf.go.id/sandi-turis-lokal-lebih-bernilai-dari-wisatawan-mancanegara/>

Sarwono, J. (2015). *Membuat Skripsi, Tesis, dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta. Penerbit Andi

Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (8th ed.). Wiley Global Education US.

Shang, W., Qiao, G., & Chen, N. (2020). Tourist experience of slow tourism: from authenticity to place attachment—a mixed-method study based on the case of slow city in China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(2), 170–188.

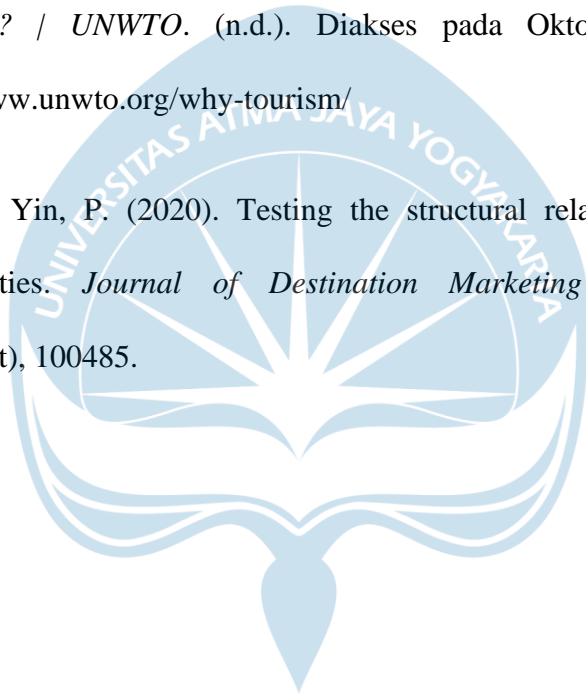
Teng, H. Y. (2021). Can film tourism experience enhance tourist behavioural intentions? The role of tourist engagement. *Current Issues in Tourism*, 24(18), 2588–2601.

Teng, H. Y., & Chen, C. Y. (2020). Enhancing celebrity fan-destination relationship in film-induced tourism: The effect of authenticity. *Tourism Management Perspectives*, 33(November 2019).

Trolan, J. (2017). Korean tourism marketing : The need for a clear message. *Issues in Business Management and Economics*, 5(5), 81–87.

Why Tourism? / UNWTO. (n.d.). Diakses pada Oktober 17, 2022, dari <https://www.unwto.org/why-tourism/>

Zhang, T., & Yin, P. (2020). Testing the structural relationships of tourism authenticities. *Journal of Destination Marketing and Management*, 18(August), 100485.



LAMPIRAN – LAMPIRAN

Google Forms

Meningkatkan Hubungan Autentitas dengan Loyalitas Destinasi Melalui Keterlibatan Selebriti

Perkenalkan, saya Riza A. Rahayu mahasiswa Universitas Atma Jaya Yogyakarta program studi Manajemen.

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya dengan judul "Meningkatkan Hubungan Autentitas dengan Loyalitas Destinasi Melalui Keterlibatan Selebriti" dengan objektif mengetahui pengaruh autentitas terhadap loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi yang telah dikunjungi oleh selebriti.

Anda dapat berpartisipasi membantu saya menyelesaikan penelitian dengan mengisi kuesioner ini dengan kriteria:

- Pernah menonton Battle Trip episode 146
- Pernah mengunjungi Jl. Malioboro dan Tempo Gelato
- Warga Negara Indonesia (WNI)

Perlu diketahui bahwa data atau informasi yang dikumpulkan pada penelitian ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk penelitian semata.

Untuk 5 orang beruntung, akan mendapatkan hadiah berupa :

- 1 Album Seventeen FML weverse version
- 4 Random Official Photocard (Wonwoo, Jeonghan, The8, Jun)

Hadiah akan diundi dan pemenang akan saya hubungi untuk proses pengiriman (dimohon untuk mencantumkan kontak yang dapat dihubungi).

Terima kasih telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini.

Riza A. Rahayu

** Indicates required question*

1. Nama *

2. Usia *

3. Kontak untuk mengikuti GA (twitter, no.wa, atau instagram)

Battle Trip merupakan program acara ragam yang ditayangkan melalui kanal youtube dan saluran televisi KBS dimana pada program tersebut disajikan konten berupa perjalanan yang dilakukan oleh selebriti Korea Selatan sembari memberikan tip untuk perjalanan tersebut. Lalu pada akhir acara, perjalanan yang dilakukan oleh selebriti tersebut akan di sandingkan dan panelis akan diberikan kesempatan untuk memilih perjalanan mana yang lebih menarik perhatian mereka. Battle Trip episode 146 menghadirkan tiga anggota grup Seventeen yaitu S.coups, Jeonghan, dan Wonwoo dan menampilkan perjalanan mereka ke Yogyakarta.



4. Apakah anda pernah menyaksikan acara ragam Battle Trip episode 146? *

Mark only one oval.

Ya

Tidak

Pada program tersebut, ditampilkan berbagai macam kegiatan yang unik, destinasi tujuan wisata, hingga rincian biaya yang dikeluarkan dalam satu perjalanan. Kegiatan unik yang dilakukan dalam Battle Trip episode 146 antara lain tawar menawar saat berbelanja di Jalan Malioboro, berkeliling dengan becak, *Jeep Tour* dan *Sand Surfing* di Gumuk Pasir Parangkusumo. Dalam perjalanan 2 hari 1 malam di Yogyakarta, Seventeen telah mengunjungi beberapa destinasi wisata antara lain Jalan Malioboro, Tempo Gelato, Candi Borobudur, Shasanti Restaurant, Goa Jomblang, Pantai Parangtritis dan beberapa destinasi lainnya.



5. Apakah anda pernah mengunjungi destinasi Jalan Malioboro dan Tempo Gelato setelah menyaksikan Battle Trip episode 146? *

Mark only one oval.

- Ya
 Tidak

Autentisitas Konstruktivis

6. Arsitektur dan kesan keseluruhan dari Jalan Malioboro dan Tempo Gelato menginspirasi saya. *

Mark only one oval.

- 1 2 3 4 5
Sangat Sangat Setuju

7. Jalan Malioboro dan Tempo Gelato menggambarkan kebudayaan lokal secara autentik. *

Mark only one oval.

- 1 2 3 4 5
Sangat Sangat Setuju

8. Saya menyukai destinasi yang menyatu dengan destinasi lainnya yang menarik, sehingga menawarkan opsi lain untuk melihat-lihat. (misalnya pada Jalan Malioboro tersedia wisata lain seperti Museum Benteng Vredeburg, Kraton, Alun-alun, dan lain-lain) *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

9. Saya menyukai informasi mengenai Jalan Malioboro dan Tempo Gelato dan menurut saya itu hal yang menarik. (misalnya informasi mengenai artis siapa saja yang pernah mengunjungi Tempo Gelato, cerita-cerita mengenai Jalan Malioboro, dan sebagainya) *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

Autentisitas Eksistensial

10. Saya menyukai kegiatan yang dilakukan Seventeen saat berada di Jalan Malioboro dan Tempo Gelato (berkeliling dengan becak, tawar menawar dengan penjual) *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Sangat Setuju

11. Saya mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai budaya lokal setelah mengunjungi Jalan Malioboro dan Tempo Gelato. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Sangat Sangat Setuju

12. Mencicipi makanan yang muncul dalam Battle Trip episode 146 merupakan pengalaman yang menarik. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Sangat Sangat Setuju

13. Saya senang melakukan reka adegan yang ada pada Battle Trip episode 146 saat berkunjung ke Jalan Malioboro dan Tempo Gelato.

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Sangat Sangat Setuju

Keterikatan Selebriti

14. Saya merasa terikat dengan grup idola Seventeen. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Sangat Sangat Setuju

15. Saya sangat menyukai grup idola Seventeen. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5
Sangat Setuju

16. Berpartisipasi dalam kegiatan grup idola Seventeen adalah hal yang membuat saya bahagia. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5
Sangat Sangat Setuju

17. Saya merasa terinspirasi dengan grup idola Seventeen. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5
Sangat Sangat Setuju

Loyalitas Destinasi

18. Saya akan mengunjungi kembali Jalan Malioboro dan Tempo Gelato pada lain kesempatan. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5
Sangat Sangat Setuju

19. Saya akan merekomendasikan Jalan Malioboro dan Tempo Gelato kepada saudara maupun teman-teman saya. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Sangat Sangat Setuju

20. Jalan Malioboro dan Tempo Gelato merupakan destinasi yang spesial bagi saya. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Sangat Sangat Setuju

21. Saya menikmati kunjungan saya di Jalan Malioboro dan Tempo Gelato daripada destinasi lainnya. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Sangat Sangat Setuju

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

Hasil Data

	AK1	AK2	AK3	AK4	AE1	AE2	AE3	AE4	IS1	IS2	IS3	IS4	LD1	LD2	LD3	LD4
1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	2
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	5	5	5	5	5	2	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
7	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
8	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
9	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5
10	3	4	5	3	3	4	3	2	2	2	3	3	4	4	3	3
11	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3
12	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5
13	3	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4
15	4	3	4	4	5	5	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5
16	4	4	5	3	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5
17	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
19	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	5	4	5	2	2
20	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3
21	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3
22	3	4	5	2	5	4	5	3	5	5	4	5	4	4	3	3
23	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5
24	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3
25	4	5	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
26	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3
27	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	3	4
28	4	4	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4
29	2	2	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	2	2
30	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	3
31	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
33	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
34	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
35	4	4	5	3	5	3	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5
36	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
37	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5
39	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
42	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	3
46	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5

47	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	2
48	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
49	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5
50	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
51	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	4	4	4	4	5	4	3	3	5	5	5	5	4	3	4
54	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
55	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	3
56	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
57	4	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3
58	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	3
59	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
60	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5
61	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
62	4	3	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4
63	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3
65	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	3
66	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5
67	3	4	5	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	4	3
68	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	3
69	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
71	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
72	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3
73	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5
76	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2
77	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	3
78	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4
79	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
80	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
81	4	3	5	4	3	2	3	3	4	5	5	5	5	4	3
82	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	4	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5
85	3	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4
86	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4
87	4	4	5	5	5	3	5	3	3	3	3	4	4	4	4
88	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	4	4	5	4	5	4	5	5	2	2	2	2	5	5	4
90	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3
91	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4
92	4	3	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	5	5	4
93	3	3	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3

94	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3
95	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	4	3	5	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
97	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
98	3	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4
99	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
100	3	3	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4
101	4	5	4	5	4	4	3	3	5	5	5	5	4	5	4
102	3	5	4	3	5	5	4	2	5	5	4	4	4	4	3
103	3	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3
104	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5
105	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4
106	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
107	5	4	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5
108	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
109	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
110	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3
111	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5
112	3	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
113	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4
114	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
115	3	3	5	4	5	2	3	4	5	5	5	5	4	4	3
116	3	3	4	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	3
117	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
118	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
119	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
120	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
121	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
122	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
123	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
124	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
125	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4
126	4	4	5	5	3	3	5	3	4	5	5	5	5	5	4
127	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
128	3	2	4	4	4	2	3	2	5	5	5	5	4	3	2
129	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
130	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
131	3	4	5	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5
132	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
133	4	5	4	3	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5
134	4	2	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2
135	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5
136	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4
137	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
138	3	3	4	4	5	2	3	4	5	5	5	5	5	5	3
139	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4
140	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5

141	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
142	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4
143	4	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3
144	4	4	5	5	3	4	5	5	3	5	4	4	5	3	3
145	4	4	2	4	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	3
146	3	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	3	4	4
147	5	4	5	3	5	4	4	2	4	5	5	5	4	3	2
148	4	5	5	5	5	3	4	2	4	5	4	5	4	3	3
149	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	3	3	4	5	2
150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
151	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
152	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
153	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3
154	3	4	5	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	3	2
155	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
156	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3
157	5	3	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3
158	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3
159	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4

