

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian “Pengaruh Iklan Media Sosial Tik Tok Terhadap *Purchase Intention* Produk Erigo (Studi pada Mahasiswa FBE UAJY)” dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Attention Grabbing Details* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *Purchase Intention*.
2. *Celebrity Endorsement* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *Purchase Intention*.
3. *Creative Characteristics* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Purchase Intention*.
4. *Emotional Appeals* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *Purchase Intention*.

#### **5.2 Implikasi Manajerial**

Dalam implikasi manajerial ini, peneliti berharap mampu memberikan manfaat kepada pihak Erigo yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada Analisis deskriptif menunjukkan variabel *Attention Grabbing Details*, *Celebrity Endorsement*, *Creative Characteristics*, *Emotional Appeals* memiliki hasil *mean* yang tinggi, dan Erigo dapat memanfaatkan *Social Media Marketing* dalam meraih *Purchase Intention* pada konsumen.
2. Memaksimalkan *Celebrity Endorsement* dalam konten iklan agar dapat meningkatkan ketertarikan konsumen. Erigo dapat merangkul selebriti yang sedang tenar untuk mempromosikan Erigo melalui iklan TikTok. Dengan merangkul selebriti ternama maka keputusan konsumen dalam pembelian produk dapat meningkat.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti, mempunyai beberapa keterbatasan dalam proses penelitian yang mempengaruhi hasil penelitian. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini antara lain:

1. Sampel dalam penelitian ini terbatas pada Mahasiswa FBE UAJY.
2. Kuesioner dalam penelitian ini disebarluaskan secara online melalui goggle form sehingga memungkinkan responden tidak dapat bertanya langsung kepada peneliti jika ada pertanyaan yang kurang dipahami.
3. Kuesioner dalam penelitian ini tidak spesifik menjelaskan produk Erigo pada tiap item pertanyaan.
4. Kuesioner dalam penelitian ini tidak memberikan contoh selebriti yang menjadi endorser Erigo

### **5.4 Saran**

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan ini, peneliti memiliki beberapa saran kepada peneliti selanjutnya untuk menyempurnakan penelitian di masa depan. Saran dari peneliti ialah sebagai berikut:

1. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk mengambil sampel yang lebih besar yang diharapkan memberikan hasil analisis data yang lebih akurat
2. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk menyusun kuesioner dengan jelas dalam setiap indikator kuesioner agar responden dapat memahami pernyataan dengan jelas.

## Daftar Pustaka

- Alalwan, A. A. (2018). Investigating The Impact Of Social Media Advertising Features On Customer Purchase Intention. *International Journal Of Information Management*, 42, 65–77. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.06.001>
- Alalwan, A. A., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2017). Social Media In Marketing: A Review And Analysis Of The Existing Literature Item Type Article Citation Alalwan A, Rana Np, Dwivedi Yk Et Al (2017). In *Telematics And Informatics* (Vol. 34, Issue 7). <http://hdl.handle.net/10454/18095>
- Andhikasari, R. (2023). Creative Elements Of Advertising In Displaying Product Identity. *Pariwara*, 3(1). <http://journal.bsi.ac.id/index.php/pariwara>
- Akkaya, D., Ayşe Akyol, & Gülhayat Gölbaşı. (2018). Sosyal Medya Reklamcılığında Tüketici Algılarının Tutum, Davranış Ve Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi. *M U İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi*, 361–388. <https://doi.org/10.14780/muiibd.384073>.
- Albers-Miller, N. D., & Marla Royne. (1999). An International Analysis Of Emotional And Rational Appeals In Services Vs Goods Advertising. *Journal Of Consumer Marketing*, 16(1), 42–57 <https://doi.org/10.1108/07363769910250769>
- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (Pls): Alternatif Structural Equation Modeling (Sem) Dalam Penelitian Bisnis*. Andi Offset.
- Belch, G., & Michael, B. (2001). *Advertising & Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. Mc Graw Hill.
- Buckley, M., Jason Chen, Michael, D., & Henning Krohnstad. (2012). What Makes Online Content Viral? *Journal Of Marketing Research*, 192–205. [www.marketingpower.com/jmr](http://www.marketingpower.com/jmr)
- Courvisanos, J., Dewi, I. R., Rusdiyanto, R., & Yuaris, J. R. (2022). Determinants Of Purchase Intention During Covid-19: A Case Study Of Skincare Products In East Java. *Innovative Marketing*, 18(1), 181–194. [https://doi.org/10.21511/im.18\(1\).2022.15](https://doi.org/10.21511/im.18(1).2022.15)
- Crosier, K., & Erdogan, Z. (2001). Advertising Complainants: Who And Where Are They. *Journal Of Marketing Communications*, 7(2), 109–120.
- Duta, G. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Tiktok Dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jiniso (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok Di Indonesia)*.
- Databoks. (2022). *Aplikasi Paling Banyak Diunduh Secara Global Pada 2022 Tiktok Juara*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/08/30/10-Aplikasi-Paling-Banyak-Diunduh-Secara-Global-Pada-2022-Tiktok-Juaranya>
- Dataportal. (2023). *The State Of Digital In Indonesia In 2023*. [dataportal.com](https://dataportal.com/reports/digital-2023-indonesia). <https://dataportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

- El-Murad, J., & West, D. C. (2004). The Definition And Measurement Of Creativity: What Do We Know? In *Journal Of Advertising Research* (Vol. 44, Issue 2, Pp. 188–201). <https://doi.org/10.1017/S0021849904040097>
- Eisend, M., & Langner, T. (2010). Immediate And Delayed Advertising Effects Of Celebrity Endorsers ' Attractiveness And Expertise. *International Journal Of Advertising*, 29(4), 527–546.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang : UNDIP.
- Goya. (2013). Advertising On Social Media. *Journal Of Advertising Research*, 44(4), 410–418.
- Hair, H. (2011). *Multivariate Dan Analysis* (7th Ed.). Persada.
- Hermawan, F., & Matusin, I. O. (2023). The Influence Of Social Media Advertisements To Purchase Intention. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), 1623–1636. <https://doi.org/10.25105/Jet.V3i1.16185>
- Jamali, M., & Rohail, K. (2018). *The Impact Of Consumer Interaction On Social Media On Brand Awareness And Purchase Intention! Case Study Of Samsung*. 4(1), 23–43.
- Jane Araujo, C. G., Anne Perater, K. S., Marie Quicho, A. V., & Etrata, A. E. (2022). Influence Of Tiktok Video Advertisements On Generation Z's Behavior And Purchase Intention. In *International Journal Of Social And Management Studies (Ijosmas)* (Vol. 3, Issue 2).
- Jetkins, F. (1997). *Periklanan*. Erlangga.
- Keel, A., & Natarajan, R. (2012). Celebrity Endorsements And Beyond: New Avenues For Celebrity Branding. *Psychology And Marketing*, 29(9), 690–703. <https://doi.org/10.1002/Mar.20555>
- Kominfo. (2019). *Pertumbuhan E-Commerce Indonesia Capai 70 Persen*. Kominfo.Go.Id. [https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media)
- Kompas. (2021). *Jumlah Pengguna Aktif Bulanan Tiktok Terungkap*. Kompas.Com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/19/14020037/jumlah-pengguna-aktif-bulanan-tiktok-terungkap?page=all>
- Kumaran. (2023). *Manfaat Digital Marketing*. Kumaran.Com. <https://kumaran.com/nadhifa-camila-putri/manfaat-digital-marketing-200ozmbxtef/4>
- Kotler, P. (2007). *Marketing Places*. Simon And Schuster.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th Ed.). Persion .
- Lee, J., & Ilyoo, H. (2016). Predicting Positive User Responses To Social Media Advertising: The Roles Of Emotional Appeals, Informativeness, And Creativity. *International Journal Of Information Management* , 36(3), 360–373. <https://doi.org/10.1016/J.Ijinfomgt.2016.01.001>.
- Logan, K., Bright, L. F., & Gangadharbatla, H. (2012). Facebook Versus Television: Advertising Value Perceptions Among Females. *Journal Of Research In*

- Moore, J. J., & Rodgers. (2005). *An Examination Of Advertising Credibility And Skepticism In Five Different Media Using The Persuasion Knowledge Model*. In *Proceedings Of The Conference-American Academy Of Advertising*, 2(1), 36–54.
- Moriarty, S., Nancy, M., & William, W. (2009). *Advertising*. Diterjemahkan Oleh Tribowo B.S (8th Ed.). Kencana.
- Mardotillah, A., & Ariyanti, M. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Social Media Advertisement Dan Influencer Endorsement Terhadap Online Purchase Intention Produk Azarine Di Kota Bandung. *Jimea Jurnal Ilmiah Mea*, 7(2).
- Morrison. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana Prenada Media Group.
- Naidoo, T. (2011). *The Effectiveness Of Advertising Through The Social Media In Gauteng*.
- Nasution, A., Putri, L., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Peter, P. J., & Jerry, O. (2013). *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Alih Bahasa: Diah Tantri Dwiandani (8th Ed.). Salemba Empat.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The Elaboration Likelihood Model Of Persuasion. *Advances In Experimental Social Psychology*, 19(C), 123–205. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2)
- Priatna, L. (2022). *The Impact Of Advertising Appeal, Celebrity Endorsement And Repetition Advertising In Television Advertisement Toward Purchase Intention Oppo Smartphone Laras Aprilita Priatna*.
- Rambe, P., & Trianasari, N. (2020). Pengaruh Dimensi Brand Equity Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Grab) 1). *E-Proceeding Of Management*, 7(Desember), 5434.
- Roozen, I., & Claeys, C. (2010). *The Relative Effectiveness Of Celebrity Endorsement For Print Advertisement*.
- Santoso, B. (2018). The Influence Of Celebrity Endorsement In Social Media On Purchase Decision Through Perceived Value And Customer Attitude As Intervening Variabel In Souvenir Product In Surabaya. In *Petra Business & Management Review* (Vol. 4, Issue 2).
- Sekaran, U. (2016). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Proposal, Tesis, dan Disertasi*. Salemba Empat
- Shimp, T. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Periklanan Dan Promosi*. Salemba Empat.
- Smith, R. E., Chen, J., & Yang, X. (2008). The Impact Of Advertising Creativity On The Hierarchy Of Effects. *Journal Of Advertising*, 37(4), 47–62. <https://doi.org/10.2753/Joa0091-3367370404>

- Soebagyo, T., & Subagio, H. (2014). *Analisa Pengaruh Store Image Terhadap Purchase Intention Di Toserba "Ramai" Ngawi*. [Http://Www.Ngawikab.Go.Id/Home/?Wpfb\\_DI=207](http://Www.Ngawikab.Go.Id/Home/?Wpfb_DI=207)
- Sriram, K. V., Namitha, K. P., & Kamath, G. B. (2021). Social Media Advertisements And Their Influence On Consumer Purchase Intention. *Cogent Business And Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.2000697>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sabate, F., Berbegal-Mirabent, J., Cañabate, A., & Lebherz, P. R. (2014). Factors Influencing Popularity Of Branded Content In Facebook Fan Pages. *European Management Journal*, 32(6), 1001–1011. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2014.05.001>
- Teichert, T., Hardeck, D., Liu, Y., & Trivedi, R. (2018). How To Implement Informational And Emotional Appeals In Print Advertisements: A Framework For Choosing Ad Appeals Based On Advertisers' Objectives And Targeted Demographics. *Journal Of Advertising Research*, 58(3), 363–379. <https://doi.org/10.2501/Jar-2017-054>
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Xiao, Y., Wang, L., & Wang, P. (2019). Research On The Influence Of Content Features Of Short Video Marketing On Consumer Purchase Intentions. *351(Mmetss)*, 1(2), 415–422. <https://doi.org/10.2991/Mmetss-19.2019.82>
- Zainul, B., & Yulianto, A. E. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pembeli Daihatsu Xenia Periode Januari ± Desember 2014 Pada Pt Daihatsu Jolo Abadi Malang). In *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)/Vol* (Vol. 51, Issue 2). <https://www.Astra.Co.Id/Profile/Histiry-Of-Astra>

**Lampiran 1**  
**Kuesioner Penelitian**



Salam sejahtera,

Responden yang Saya hormati

Perkenalkan saya Nicholas Jolio Situmorang mahasiswa S1 Bisnis dan Ekonomi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pada saat ini saya sedang mengadakan penelitian terkait “Pengaruh Konten Iklan Media Sosial Tik Tok Terhadap Niat Pembelian Produk Erigo”.

Saya memohon bantuan Saudara/i sebagai responden untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Informasi yang Saudara/i berikan dipergunakan hanya untuk kepentingan akademis semata.

Kiranya Saudara/i bersedia menjawab sesuai fakta yang Saudara/i alami terkait konten iklan media Tik Tok terhadap pembelian produk Erigo.

Partisipasi dan bantuan Saudara/i sangat berarti untuk saya, sehingga saya ucapkan terima kasih atas kesediaan Saudara/i mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya,

Nicholas Jolio Situmorang

### **Identitas Responden**

Nama :

Jenis Kelamin : a. Perempuan

b. Laki-laki

Program Studi : a. Akutansi

b. Manajemen

c. Ekonomi Pembangunan

d. Akutansi Internasional

e. Manajemen Internasional



Angkatan :

Pengeluaran Perbulan untuk produk fashion :

- a. 0 Rp – 500.000 Rp
- b. 500.000 Rp – 1.000.000
- c. 1.000.000 – 1.500.000
- d. 1.500.000 – 2.000.000
- e. 2.500.000 – 3.000.000

Apakah anda mengetahui apa itu merk Erigo

Apakah anda pernah membeli produk Erigo dalam 3 bulan terakhir

Apakah anda sudah pernah melihat iklan TikTok produk Erigo

**Petunjuk Pengisian Kuisisioner:**

1. Isilah pertanyaan dibawah ini dengan benar.
2. Jawablah setiap pernyataan ini sesuai pendapat Anda sejujur-jujurnya dan perlu diketahui bahwa jawaban dari kuisisioner ini tidak berhubungan dengan benar atau salah.
3. Berikan tanda silang (√) pada kolom jawaban yang anda pilih benar.

- SS** : Sangat Setuju  
**S** : Setuju  
**N** : Neral  
**TS** : Tidak Setuju  
**STS** : Sangat Tidak Setuju

***Attention Grabbing Details***

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Iklan kontroversial (iklan dengan pandangan politik, sosial dan agama) lebih efektif untuk menarik perhatian saya					
2	Iklan kontroversial memiliki efek yang bertahan lama pada saya					
3	Iklan yang menyertakan informasi terkait perilaku teman sebaya (ekspresi wajah, bahasa tubuh dll) membuat iklan lebih menarik					

4	Panjang pesan dalam postingan sangat penting dalam menentukan keterlibatan saya dalam iklan					
5	Penawaran menarik yang tersedia pada produk dapat menambah proses perolehan informasi terkait produk tersebut					
6	Saya termotivasi untuk melihat konten iklan hanya apabila terdapat promo menarik dan harga pada produk					

### *Celebrity Endorsement*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Kerjasama antara selebriti dengan suatu merek dapat menghasilkan efek positif pada sikap saya terhadap merek tersebut					
2	Kehadiran seorang selebriti dalam sebuah iklan memiliki efek positif pada sikap saya terhadap selebriti tersebut					
3	Iklan yang ditayangkan oleh selebriti menciptakan tingkat niat beli yang lebih besar dalam diri saya.					

### *Creative Characteristics*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Menurut saya iklan dengan ide original (iklan dengan hal yang baru /iklan yang tidak terduga / tidak meniru yang lain) lebih menarik bagi saya.					
2	Saya menganggap sebuah iklan kreatif jika iklan tersebut menarik perhatian saya dan berbeda dari para pesaingnya					
3	Iklan yang kreatif berhasil membuat saya tertarik pada sebuah product					
4	Jika saya melihat iklan tentang penerapan teknologi baru (Virtual Reality, Augmented Reality, dll.) maka saya akan mempertimbangkannya untuk menginformasikan manfaat kegunaannya					
5	Menurut saya iklan berbasis video lebih menarik					

	daripada iklan berbasis teks.					
6	Menurut saya iklan berbasis Foto lebih menarik daripada iklan berbasis teks					
7	Saya lebih memperhatikan konten dalam iklan jika saya mempercayai platform tempat iklan tersebut diiklankan					
8	Informasi mengenai produk/jasa dalam sebuah iklan seringkali membantu dalam proses penilaian saya dalam membeli produk					
9	karakteristik dari sebuah iklan seperti (warna, suara dan musik) dapat meningkatkan tingkat keterlibatan (ketertarikan) saya dengan iklan					

### *Emotional Appeals*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mempertimbangkan daya tarik emosional sebagai sesuatu baru dan prasyarat yang diperlukan agar iklan menarik.					
2	Saya memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dengan postingan merek yang dibuat pada hari kerja jika dibandingkan dengan akhir pekan.					
3	Saya menyukai iklan dengan daya tarik emosional (Iklan yang menampilkan kehangatan keluarga, kesedihan, mencintai dan sebagainya) yang kuat					
4	Iklan yang menarik secara emosional lebih efektif membujuk saya ketika saya memiliki sedikit motivasi atau sedikit kemampuan untuk memproses pesan secara kognitif					
5	Karakteristik dari sebuah iklan (warna, suara, musik atau gambar) mempengaruhi saya untuk membeli produk/jasa yang diiklankan					

### *Purchase Intention*

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli produk Erigo untuk memenuhi kebutuhan <i>fashion</i>					
2	Saya selalu mencari informasi terlebih dahulu terkait produk yang ditawarkan Erigo di media sosial Tik Tok					
3	Saya selalu membandingkan produk Erigo dengan produk sejenis melalui Tik Tok					
4	Saya merasa produk Erigo tidak kalah dibandingkan dengan produk lain yang sejenis					
5	Saya memutuskan untuk membeli produk Erigo setelah melihat vidio terkait produk Erigo di Tik Tok					
6	Saya yakin akan keputusan saya membeli Erigo					
7	Saya merekomendasikan produk Erigo setelah melakukan pembelian					
8	Saya akan melakukan pembelian produk Erigo kembali					

**LAMPIRAN 2**  
**Kuesioner Daring (*Goggle Form*)**



# KUESIONER PENGARUH IKLAN MEDIA SOSIAL TIK TOK TERHADAP PURCHASE INTENTION PRODUK ERIGO STUDI PADA MAHASISWA FBE UAJY



Salam sejahtera,

Responden yang Saya hormati

Perkenalkan saya Nicholas Jolio Situmorang mahasiswa S1 Bisnis dan Ekonomi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pada saat ini saya sedang mengadakan penelitian terkait "Pengaruh Konten Iklan Media Sosial Tik Tok Terhadap Purchase Intention Produk Erigo Studi Pada Mahasiswa FBE UAJY".

Saya memohon bantuan Saudara/i sebagai responden untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Informasi yang Saudara/i berikan dipergunakan hanya untuk kepentingan akademis semata.

Kiranya Saudara/i bersedia menjawab sesuai fakta yang Saudara/i alami terkait konten iklan media Tik Tok terhadap pembelian produk Erigo.

Partisipasi dan bantuan Saudara/i sangat berarti untuk saya, sehingga saya ucapkan terima kasih atas kesediaan Saudara/i mengisi kuesioner ini.

Email \*

Alamat email valid

Nama \*

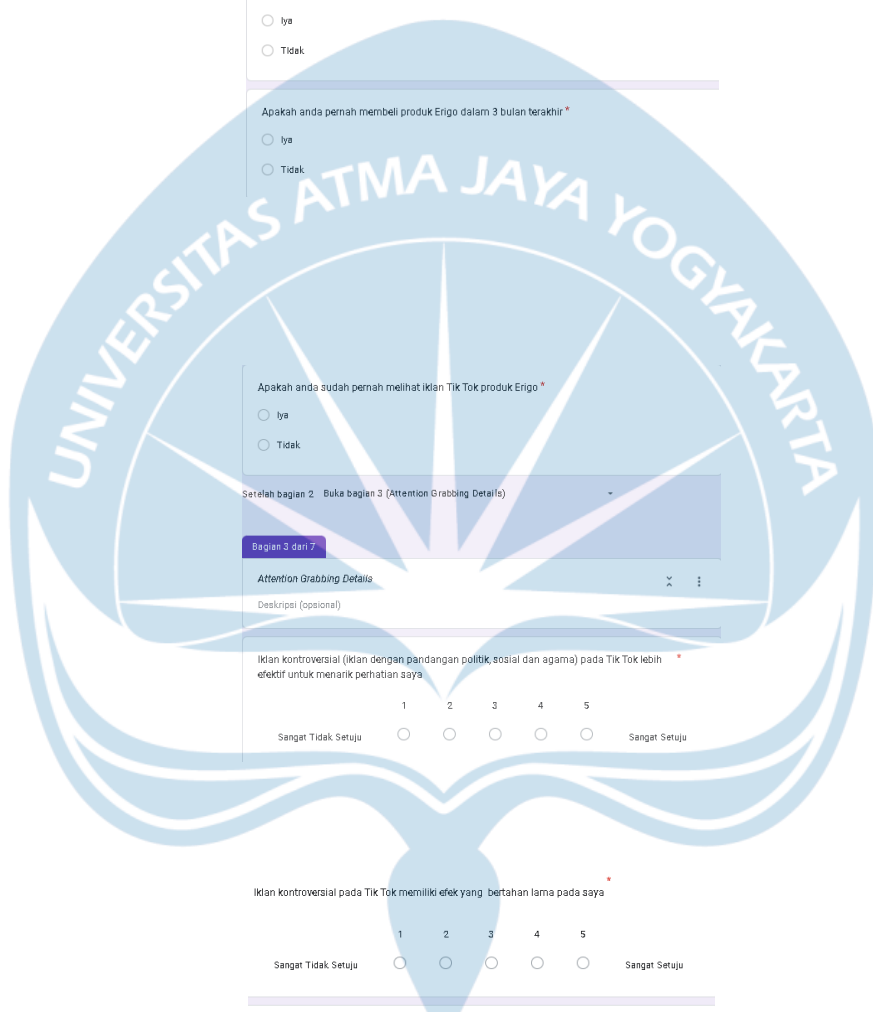
Teks jawaban singkat

Jenis Kelamin \*

- Laki-laki  
 Perempuan

Program Studi \*

- Akutansi  
 Manajemen  
 Ekonomi Pembangunan  
 Akutansi Internasional  
 Manajemen Internasional



Pengeluaran Perbulan untuk produk Fashion \*

0 - Rp 250.000

Rp 250.000 - Rp 500.000

Rp 500.000 - Rp 750.000

Rp 750.000 - Rp 1.000.000

Diatas Rp 1.000.000

Apakah anda mengetahui apa itu merk Erigo \*

Iya

Tidak

Apakah anda pernah membeli produk Erigo dalam 3 bulan terakhir \*

Iya

Tidak

Apakah anda sudah pernah melihat iklan Tik Tok produk Erigo \*

Iya

Tidak

Setelah bagian 2. Buka bagian 3 (Attention Grabbing Details)

Bagian 3 dari 7

Attention Grabbing Details

Deskripsi (optional)

Iklan kontroversial (Iklan dengan pandangan politik sosial dan agama) pada Tik Tok lebih efektif untuk menarik perhatian saya \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Iklan kontroversial pada Tik Tok memiliki efek yang bertahan lama pada saya \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju     Sangat Setuju

Iklan Tik Tok yang menyertakan informasi terkait perilaku teman sebaya (ekspresi wajah, bahasa tubuh dll) membuat iklan lebih menarik \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju     Sangat Setuju

Panjang pesan dalam postingan sangat penting dalam menentukan keterlibatan saya dalam iklan Tik Tok \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju     Sangat Setuju

Penawaran menarik yang tersedia pada produk dapat menambah proses perolehan informasi terkait produk tersebut \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

...

Saya termotivasi untuk melihat konten iklan Tik Tok hanya apabila terdapat promo menarik dan harga pada produk \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Bagian 4 dari 7

**Celebrity Endorsement** ✕ ⋮

Deskripsi (opsional)

Kejasama antara selebriti dengan suatu merek dapat menghasilkan efek positif pada sikap saya terhadap merek Etigo \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Kehadiran seorang selebriti dalam sebuah iklan memiliki efek positif pada sikap saya terhadap selebriti tersebut \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Iklan Tik Tok yang ditayangkan oleh selebriti menciptakan tingkat niat beli yang lebih besar dalam diri saya \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Setelah bagian 4 Buka bagian 5 (Creative Characteristics) -

Bagian 5 dari 7

**Creative Characteristics** ✕ ⋮

Deskripsi (opsional)

Menurut saya iklan Tik Tok dengan ide original (iklan dengan hal yang baru / iklan yang tidak terduga / tidak meniru yang lain) lebih menarik bagi saya \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju



Saya menganggap sebuah iklan Tik Tok kreatif jika iklan tersebut menarik perhatian saya dan berbeda dari para pesaingnya

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Iklan Tik Tok yang kreatif berhasil membuat saya tertarik pada sebuah produk

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Jika saya melihat iklan Tik Tok tentang penerapan teknologi baru (Virtual Reality, Augmented Reality, dll.) maka saya akan mempertimbangkannya untuk menginformasikan manfaat kegunaannya

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Menurut saya iklan Tik Tok berbasis video lebih menarik daripada iklan berbasis teks

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Menurut saya iklan Tik Tok berbasis Foto lebih menarik daripada iklan berbasis teks

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya lebih memperhatikan konten dalam iklan jika saya memercayai platform tempat iklan tersebut diiklankan

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Informasi mengenai produk/jasa dalam sebuah iklan seringkali membantu dalam proses penilaian saya dalam membeli produk

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Karakteristik dari sebuah iklan seperti (warna, suara dan musik) dapat meningkatkan tingkat keterlibatan (kebertarikan) saya dengan iklan Tik Tok

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Bagian 6 dari 7

Emotional Appeals

Deskripsi (opsional)

Saya mempertimbangkan daya tarik emosional sebagai sesuatu baru dan prasyarat yang diperlukan agar iklan Tik Tok menarik

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dengan postingan merek yang dibuat pada hari kerja jika dibandingkan dengan akhir pekan

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya menyukai iklan Tik Tok dengan daya tarik emosional (Iklan yang menampilkan kehangatan keluarga, kepedulian, mencintai dan sebagainya) yang kuat

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

Iklan Tik Tok yang menarik secara emosional lebih efektif membujuk saya ketika saya memiliki sedikit motivasi atau sedikit kemampuan untuk memproses pesan secara kognitif

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Karakteristik dari sebuah iklan Tik Tok (warna, suara, musik atau gambar) mempengaruhi saya untuk membeli produk/jasa yang diiklankan

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Bagian 7 dari 7

Purchase Intention

Deskripsi (opsional)

Saya membeli produk Erigo untuk memenuhi kebutuhan fashion

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya selalu mencari informasi terlebih dahulu terkait produk yang ditawarkan Erigo di media sosial Tik Tok

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Saya selalu membandingkan produk Erigo dengan produk sejenis melalui Tik Tok

1 2 3 4 5  
Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya merasa produk Erigo tidak kalah dibandingkan dengan produk lain yang sejenis

1 2 3 4 5  
Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya memutuskan untuk membeli produk Erigo setelah melihat video terkait produk Erigo di Tik Tok

1 2 3 4 5  
Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya yakin akan keputusan saya membeli Erigo

1 2 3 4 5  
Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya merekomendasikan produk Erigo setelah melakukan pembelian

1 2 3 4 5  
Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Saya akan melakukan pembelian produk Erigo kembali

1 2 3 4 5  
Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju



**Lampiran 3**  
**Data Responden**



<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Program Studi</b>	<b>Angkatan</b>	<b>Pengeluaran Perbulan untuk produk Fashion</b>	<b>Mengetahui merk Erigo</b>	<b>Pernah Membeli Produk Erigo dalam 3 bulan Terakhir</b>	<b>Pernah Melihat iklan Tik Tok Erigo</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Manajemen</b>	<b>2019</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Perempuan</b>	<b>Akutansi</b>	<b>2023</b>	<b>Rp 500.000 - Rp 750.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Perempuan</b>	<b>Akutansi</b>	<b>2022</b>	<b>0 - Rp 250.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Perempuan</b>	<b>Manajemen</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Perempuan</b>	<b>Manajemen</b>	<b>22</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Perempuan</b>	<b>Manajemen</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Perempuan</b>	<b>Manajemen</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Tidak</b>
<b>Perempuan</b>	<b>Akutansi</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 500.000 - Rp 750.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Perempuan</b>	<b>Akutansi</b>	<b>2022</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Akutansi</b>	<b>2018</b>	<b>Rp 500.000 - Rp 750.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Pere</b>	<b>Manaje</b>	<b>2020</b>	<b>Rp</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>

mpuan	men		250.000 - Rp 500.000			
Pere mpuan	Akutansi	2022	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Tidak
Pere mpuan	Manajemen	2021	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpuan	Akutansi	2021	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Manajemen	2019	0 - Rp 250.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Akutansi	2019	0 - Rp 250.000	Tidak	Tidak	Tidak
Pere mpuan	Akutansi	2021	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpuan	Manajemen	2020	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpuan	Manajemen	21	Diatas Rp 1.000.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpuan	Akutansi	2019	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Iya
Laki- laki	Manajemen	20	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Akutansi	2021	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Manajemen	2019	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Manajemen	2021	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya

Pere mpua n	Manaje men	22	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Laki- laki	Manaje men	2029	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Akutans i	2019	0 - Rp 250.000	Iya	Iya	Tidak
Pere mpua n	Manaje men	2019	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Akutans i	2019	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpua n	Akutans i	2019	0 - Rp 250.000	Iya	Iya	Iya
Pere mpua n	Akutans i	2021	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Iya
Laki- laki	Akutans i	20	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Tidak
Pere mpua n	Akutans i	2021	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpua n	Manaje men	2022	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Akutans i	2019	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpua n	Ekonom i Pemban gunan	2019	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Tidak	Iya
Laki- laki	Ekonom i Pemban gunan	2019	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Laki- laki	Akutans i	2019	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Iya

Pere mpua n	Akutans i	2019	0 - Rp 250.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Manaje men	2019	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Manaje men	19	0 - Rp 250.000	Tidak	Tidak	Tidak
Laki- laki	Manaje men	2019	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Manaje men	2020	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Tidak
Pere mpua n	Manaje men	2019	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpua n	Akutans i	2019	Rp 750.000 - Rp 1.000.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpua n	Manaje men	2019	0 - Rp 250.000	Iya	Iya	Iya
Pere mpua n	Manaje men	2019	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpua n	Manaje men	2019	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpua n	Manaje men	2019	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Manaje men	2019	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Iya
Pere mpua n	Manaje men	2019	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Iya
Laki- laki	Akutans i	2020	Diatas Rp	Iya	Iya	Iya



			<b>1.000.000</b>			
<b>Laki-laki</b>	<b>Manajemen</b>	<b>2019</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Manajemen</b>	<b>19</b>	<b>0 - Rp 250.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Perempuan</b>	<b>Manajemen</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Perempuan</b>	<b>Manajemen</b>	<b>2019</b>	<b>Rp 500.000 - Rp 750.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Perempuan</b>	<b>Manajemen</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 500.000 - Rp 750.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Akutansi</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Manajemen</b>	<b>20</b>	<b>Rp 750.000 - Rp 1.000.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Perempuan</b>	<b>Ekonomi Pembangunan</b>	<b>2021</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Perempuan</b>	<b>Akutansi</b>	<b>2020</b>	<b>0 - Rp 250.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Tidak</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Manajemen</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 500.000 - Rp 750.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Ekonomi Pembangunan</b>	<b>21</b>	<b>Rp 750.000 - Rp 1.000.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Akutansi</b>	<b>2019/2020</b>	<b>Rp 500.000 - Rp</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>

			<b>750.000</b>			
<b>Pere mpua n</b>	<b>Akutans i</b>	<b>2022</b>	<b>0 - Rp 250.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Pere mpua n</b>	<b>Akutans i</b>	<b>2022</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki- laki</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2019</b>	<b>Rp 750.000 - Rp 1.000.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki- laki</b>	<b>Manaje men</b>	<b>22</b>	<b>Rp 500.000 - Rp 750.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki- laki</b>	<b>Akutans i</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Pere mpua n</b>	<b>Akutans i</b>	<b>2021</b>	<b>0 - Rp 250.000</b>	<b>Tidak</b>	<b>Tidak</b>	<b>Tidak</b>
<b>Pere mpua n</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2022</b>	<b>0 - Rp 250.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki- laki</b>	<b>Akutans i</b>	<b>2022</b>	<b>0 - Rp 250.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Pere mpua n</b>	<b>Akutans i</b>	<b>2022</b>	<b>0 - Rp 250.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Pere mpua n</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2022</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Tidak</b>
<b>Laki- laki</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Pere mpua n</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki- laki</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2019</b>	<b>0 - Rp 250.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>

Laki-laki	Manajemen	2020	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Iya
Perempuan	Manajemen	2020	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Iya	Iya
Laki-laki	Manajemen	2020	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Iya
Laki-laki	Manajemen Internasional	19	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Iya	Iya
Laki-laki	Manajemen Internasional	2021	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Laki-laki	Manajemen	2021	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Tidak	Iya
Perempuan	Manajemen	2019	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Laki-laki	Manajemen	2023	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Tidak
Laki-laki	Ekonomi Pembangunan	2020	0 - Rp 250.000	Tidak	Tidak	Tidak
Laki-laki	Akutansi	2019	0 - Rp 250.000	Iya	Iya	Iya
Perempuan	Akutansi	2021	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Tidak	Iya
Perempuan	Akutansi	2023	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Laki-laki	Manajemen	22	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya

Laki-laki	Ekonomi Pembangunan	20	0 - Rp 250.000	Iya	Iya	Iya
Laki-laki	Manajemen Internasional	22	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Tidak
Laki-laki	Akutansi	2020	0 - Rp 250.000	Iya	Iya	Iya
Laki-laki	Akutansi	21	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Tidak
Laki-laki	Akutansi	21	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Laki-laki	Akutansi Internasional	2020	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Laki-laki	Manajemen Internasional	2022	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Iya
Laki-laki	Manajemen	20	Rp 750.000 - Rp 1.000.000	Iya	Iya	Iya
Laki-laki	Ekonomi Pembangunan	2020	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Tidak	Iya
Laki-laki	Akutansi	2020	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Iya
Laki-laki	Manajemen	2021	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Laki-laki	Ekonomi Pembangunan	2019	0 - Rp 250.000	Iya	Iya	Tidak
Laki-laki	Manajemen Internasional	17	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya

Laki-laki	Manajemen	2021	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Perempuan	Manajemen Internasional	2020	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Iya
Laki-laki	Akutansi	2021	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Laki-laki	Ekonomi Pembangunan	19	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Tidak	Iya
Laki-laki	Manajemen	21	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Iya	Iya
Laki-laki	Akutansi	22	Rp 750.000 - Rp 1.000.000	Iya	Iya	Tidak
Perempuan	Akutansi	20	Rp 750.000 - Rp 1.000.000	Iya	Iya	Iya
Perempuan	Ekonomi Pembangunan	2021	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Tidak
Laki-laki	Ekonomi Pembangunan	2022	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Iya
Perempuan	Manajemen	2015	Diatas Rp 1.000.000	Iya	Tidak	Iya
Perempuan	Akutansi	2021	Rp 750.000 - Rp 1.000.000	Iya	Tidak	Iya
Laki-laki	Manajemen	22	Rp 750.000 - Rp 1.000.000	Iya	Iya	Iya
Laki-laki	Manajemen	2019	Rp 500.000 - Rp	Iya	Iya	Iya

			<b>750.000</b>			
<b>Laki-laki</b>	<b>Manaje men</b>	<b>19</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Manaje men</b>	<b>22</b>	<b>Diatas Rp 1.000.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Pere mpua n</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2019</b>	<b>Rp 750.000 - Rp 1.000.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2022</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Pere mpua n</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2022</b>	<b>Diatas Rp 1.000.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Pere mpua n</b>	<b>Manaje men</b>	<b>20</b>	<b>0 - Rp 250.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 500.000 - Rp 750.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 750.000 - Rp 1.000.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Pere mpua n</b>	<b>Manaje men</b>	<b>19</b>	<b>Rp 750.000 - Rp 1.000.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2022</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki-laki</b>	<b>Manaje men</b>	<b>21</b>	<b>Rp 250.000 - Rp</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>

			500.000			
Pere mpua n	Manaje men	2019	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Manaje men	2018	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpua n	Manaje men	2019	0 - Rp 250.000	Tidak	Iya	Iya
Pere mpua n	Manaje men Internas ional	2020	Diatas Rp 1.000.000	Iya	Iya	Iya
Pere mpua n	Manaje men	2021	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Iya
Pere mpua n	Manaje men	2019	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Laki- laki	Manaje men	2020	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Iya
Pere mpua n	Manaje men	2019	Rp 750.000 - Rp 1.000.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Manaje men	2019	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Iya
Laki- laki	Manaje men	2021	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpua n	Manaje men	2019	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpua	Manaje men	2022	Rp 250.000 -	Iya	Iya	Iya

n			Rp 500.000			
Pere mpua n	Manaje men	2020	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Tidak	Iya
Laki- laki	Manaje men	2022	Rp 750.000 - Rp 1.000.000	Iya	Iya	Iya
Laki- laki	Manaje men	21	Diatas Rp 1.000.000	Iya	Tidak	Tidak
Pere mpua n	Manaje men	2020	Rp 750.000 - Rp 1.000.000	Iya	Iya	Iya
Pere mpua n	Manaje men	2020	Rp 750.000 - Rp 1.000.000	Iya	Iya	Iya
Pere mpua n	Manaje men	21	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpua n	Manaje men	2019	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Iya
Pere mpua n	Manaje men	2020	Rp 500.000 - Rp 750.000	Iya	Tidak	Iya
Pere mpua n	Akutans i	2020	0 - Rp 250.000	Iya	Tidak	Iya
Laki- laki	Manaje men	2021	Rp 750.000 - Rp 1.000.000	Iya	Iya	Iya
Pere mpua n	Ekonom i Pemban gunan	19	Rp 250.000 - Rp 500.000	Iya	Iya	Iya
Pere mpua	Manaje men	2021	0 - Rp 250.000	Iya	Iya	Iya



<b>n</b>						
<b>Pere mpua n</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2021</b>	<b>Rp 500.000 - Rp 750.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>
<b>Pere mpua n</b>	<b>Akutans i</b>	<b>2022</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Laki- laki</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2020</b>	<b>0 - Rp 250.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Pere mpua n</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2020</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Pere mpua n</b>	<b>Manaje men</b>	<b>2021</b>	<b>Rp 750.000 - Rp 1.000.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>	<b>Iya</b>
<b>Pere mpua n</b>	<b>Akutans i</b>	<b>2018</b>	<b>Rp 250.000 - Rp 500.000</b>	<b>Iya</b>	<b>Tidak</b>	<b>Iya</b>

**Lampiran 4**  
**Data Kuesioner**



X 1.1	X 1.2	X 1.3	X 1.4	X 1.5	X 1.6	X 2.1	X 2.2	X 2.3	X 3.1	X 3.2	X 3.3	X 3.4	X 3.5	X 3.6	X 3.7	X 3.8	X 3.9	X 4.1	X 4.2	X 4.3	X 4.4	X 4.5	Y 1.1	Y 1.2	Y 1.3	Y 1.4	Y 1.5	Y 1.6	Y 1.7	Y 1.8	
4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	
3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	3	5	4	2	3	3	3	
4	3	4	2	5	5	3	5	3	5	5	4	3	5	5	4	5	4	3	2	5	2	4	3	1	5	2	4	4	5	5	
3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
4	5	5	2	5	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	2	5	5	4	2	2	2	5	2	4	4	4	2	3	3	3	
5	3	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
4	4	5	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	
4	3	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	
2	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
1	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	3	3	3	5	4	3	3	4	3	4	3	3	
2	4	5	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	
3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3
3	2	3	4	3	3	4	3	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	3	3	2	4	4	4	2	4	3	3	
4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	
1	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	1	3	4	4	3	1	1	1	5	4	3	3	5	5	4	5	3	3	3	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	
3	3	4	3	4	5	3	3	3	5	5	5	3	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	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	5	5	
5	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	2	2	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	

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

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

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

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



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

