

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai pemediasi: studi pada pelanggan Janji Jiwa. Dalam penelitian ini terdapat hasil dimana 4 hasil hipotesis berpengaruh positif dan signifikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan Janji Jiwa karena kualitas merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pelanggan ketika membeli suatu produk. Kualitas produk yang konsisten dan berkualitas tinggi dapat mendorong loyalitas dan menjaga pelanggan tetap setia pada Janji Jiwa.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Janji Jiwa karena kepuasan konsumen mengacu pada tingkat kepuasan setelah membeli suatu produk yang sesuai dengan apa yang diinginkan. Oleh karena itu, Janji Jiwa hendaknya menjaga kualitas produk untuk menjaga kepuasan pelanggan.
3. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan Janji Jiwa karena kepuasan pelanggan menciptakan ikatan emosional antara pelanggan dan merek Janji Jiwa, sehingga pelanggan akan lebih setia dan memilih untuk membeli kembali dari Janji Jiwa daripada beralih ke pesaing.

4. Kepuasan pelanggan memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan Janji Jiwa karena kepuasan pelanggan menjadi penghubung yang mengubah persepsi pelanggan terhadap kualitas produk, sehingga pelanggan akan memiliki kecenderungan untuk tetap setia pada Janji Jiwa.

5.2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi para praktisi manajemen, khususnya dalam industri minuman kopi di Indonesia. Berdasarkan pada hasil dari penelitian ini, terdapat beberapa implikasi manajerial yang dapat diberikan oleh penulis kepada Kopi Janji Jiwa, yaitu:

1. Hasil uji deskriptif menunjukkan pada indikator KP6 pada variabel kualitas produk, yang berbunyi “Saya menganggap penggantian produk *merchandise* dari Janji Jiwa memerlukan waktu yang cukup lama” memiliki nilai mean paling rendah sebesar 3,42. Responden cenderung netral terhadap pernyataan ini, menunjukkan ketidakpastian mengenai kecepatan penggantian produk *merchandise*. Untuk meyakinkan pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka, Janji Jiwa perlu meningkatkan proses penggantian produk melalui evaluasi dan optimasi, serta implementasi sistem manajemen stok yang efisien.
2. Hasil uji deskriptif menunjukkan nilai *mean* yang lebih rendah dibandingkan dengan indikator lainnya yaitu sebesar 3,82 yang berbunyi “Saya merasa puas dengan harga yang diberikan Janji Jiwa”. Untuk mengatasi hal ini, manajemen perlu mengevaluasi struktur harga melalui analisis pasar dan menyesuaikan harga agar lebih kompetitif. Selain itu peningkatan nilai produk melalui kualitas

dan inovasi, serta komunikasi yang efektif tentang nilai produk kepada pelanggan, sangat penting. Pelatihan karyawan untuk meningkatkan pelayanan dan responsif terhadap keluhan juga harus ditingkatkan.

3. Meskipun seluruh indikator dalam uji statistik deskriptif termasuk dalam kategori tinggi, namun terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai *mean* lebih rendah. Pada variabel loyalitas pelanggan, nilai *mean* yang dimiliki lebih rendah dibandingkan dengan variabel lainnya yaitu sebesar 3,77. Agar tercipta rasa loyalitas pada pelanggan, selain pemasaran yang efektif dan inovasi berkelanjutan, Janji Jiwa perlu responsif terhadap setiap keluhan yang ada dan segera melakukan perbaikan. Langkah-langkah penting yang perlu dilakukan meliputi standarisasi proses, pelatihan atau sertifikasi karyawan, serta penerapan kontrol kualitas yang ketat. Dengan memastikan semua aspek operasional berjalan sesuai standar, Janji Jiwa dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun basis pelanggan yang lebih loyal.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menyadari terdapat beberapa keterbatasan yang dialami. Keterbatasan yang ditemui oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, salah satu kendala yang dihadapi adalah durasi pengambilan data kuesioner yang memakan waktu yang relatif lama. Hal ini dapat berpotensi menghambat proses pengumpulan data dan mengakibatkan penundaan dalam tahap analisis.

2. Ketiadaan pembatasan pada satu lokasi tertentu dan pengambilan data yang dilakukan pada satu waktu penelitian tertentu. Karena tidak ada pembatasan lokasi, generalisasi temuan penelitian menjadi terbatas pada konteks atau populasi yang spesifik, tanpa mempertimbangkan variasi yang mungkin terjadi di lokasi lain. Selain itu, pengambilan data pada satu waktu penelitian tertentu dapat membatasi kemampuan penelitian untuk menangkap perubahan atau dinamika yang berkembang dari waktu ke waktu.
3. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama pengumpulan data, yang memungkinkan jawaban-jawaban yang diberikan hanya bergantung pada persepsi dan sudut pandang subjektif responden. Hal ini dapat menyebabkan adanya bias dalam data yang dikumpulkan.

5.4 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk mengoptimalkan proses pengumpulan data, disarankan untuk mempertimbangkan penggunaan teknologi modern seperti platform survei daring. Penggunaan platform ini dapat signifikan mempercepat pengumpulan data dengan memungkinkan responden untuk mengisi kuesioner secara elektronik.
2. Menambahkan variabel lokasi sebagai faktor penelitian. Dengan demikian, dapat dilakukan penelitian berkelanjutan untuk analisis lebih mendalam terhadap perbedaan dan variasi yang mungkin terjadi di lokasi yang berbeda, sehingga generalisasi temuan penelitian dapat diperluas ke berbagai konteks geografis

yang relevan dan karena data diambil pada satu waktu penelitian, maka diperlukan penelitian berkelanjutan untuk melihat bagaimana perubahan perilaku konsumen (kepuasan dan loyalitas) dipengaruhi oleh kualitas produk.

3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan wawancara langsung atau observasi terlebih dahulu untuk mengkonfirmasi jawaban dari konsumen. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan akurat tentang faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen, serta meminimalkan kemungkinan adanya bias dalam interpretasi data.



DAFTAR PUSTAKA

- Al Hidayat, R., Charolina, O., & Afriani, W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Harga Lokasi dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Kue AHK Keju di Kecamatan Teluk Segara. *Jurnal Administrasi Bisnis Nusantara*, 3(1), 83-94.
- Alfa, A. A., Rachmatin, D., & Agustina, F. (2017). Analisis Pengaruh Faktor Keputusan Konsumen Dengan Structural Equation Modeling Partial Least Square. *EurekaMatika*, Vol. 5, No. 2, 59-71.
- Al'asqolaini, M. Z. (2019). Penanganan Keluhan Pelanggan dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 4(1), 34-42.
- Annamdevula, S. and Bellamkonda, R. S. (2016) 'The effects of service quality on student loyalty: the mediating role of student satisfaction', *Journal of Modelling in Management*, 11(2), pp. 446– 462. doi: 10.1108/JM2-04-2014-0031.
- Arianti, M. S., Rahmawati, E., & Prihatiningrum, R. R. Y. (2020). Analisis pengendalian kualitas produk dengan menggunakan statistical quality control (SQC) pada usaha amplang karya bahari di Samarinda. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 9(2), 1-13.
- Astrio, A., & Hidayat, A. M. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Go-Food. *eProceedings of Management*, 10(5).
- Assauri, Sofjan. 2015. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers. Sangadji, E.M dan Sopiah 2015. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Andi
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1-14.
- Beneke, J. (2010). Consumer perceptions of private label brands within the retail grocery sector of South Africa.
- Cakici, A. C., Akgunduz, Y. and Yildirim, O. (2019) 'The impact of perceived price justice and satisfaction on loyalty: the mediating effect of revisit intention', *Tourism Review*, 74(3), pp. 443–462. doi: 10.1108/TR-02-2018-0025
- Diva Angelia. (2022) Usaha Kuliner di Indonesia dalam Bingkai Statistik. Diakses pada 16 Maret 2024 dari <https://goodstats.id/article/lebih-dari-10000-usaha-kuliner-ada-di-indonesia-bagaimana-statistiknya-OTIU5>
- Dharma, R. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada PT. padang tour wisata pulau Padang. *Jurnal Ekobistek*, 6(2).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Yogyakarta: Cv Budi Utama.

- Flores, A. F., Saldanha, E. S., & Vong, M. (2020). The Mediation Effect of Customer Satisfaction on the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty. *Timor Leste Journal of Business and Management*, 2, 56-65.
- Fitriani, S. D., Siswoyo, M., & Mahmudah. (2019). Konsep Diri Mahasiswa dalam Membentuk Loyalitas Merek Sepatu Converse (Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon). *Jurnal Signal*, 7(2), 169–190.
- Fauzi, M. R., & Mandala, K. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hasan, A., & SE, M. (2014). Marketing dan Kasus-kasus Pilihan (Cetakan Kedua). Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hair, J., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In Sage.
- Hair et.al. (2019). Multivariate Data Analysis, Eighth Edition. In Annabel Ainscow.
- Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Jeremia Kolonio & Djurwati Soepeno. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, Dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pada Cv. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal Emba Vol.7 No.1 Januari 2019*, Hal. 831 –840
- Jing, Z., Pitsaphol, C., & Shabbir, R. (2014). The Influence of Brand Awareness, Brand Image and Perceived Quality on Brand Loyalty: A Case Study of OPPO Brand In Thailand. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2(2), 10–21.
- Kriyantono, R. (2020). Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Rawamangun: Prenadamedia Group
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2018. Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler dan Keller. 2016. Marketing Management. Edisi 15. Pearson Prentice Hall, Inc, New Jersey.
- Kotler dan Gary Armstrong. 2018. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, A. D., & Hidayat, I. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Global Jet Express (J&T) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(7).
- McDaniel, C., & Gates, R. (2012). *Marketing research essentials*. Wiley Global Education.

- Nabilah Muhamad (2023) Indonesia Jadi Produsen Kopi Terbesar Ketiga di Dunia pada 2022/2023. Diakses pada 16 Maret 2024 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/06/indonesia-jadi-produsen-kopi-terbesar-ketiga-di-dunia-pada-20222023>
- Nyonyie, R. A., Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2019). Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 9(3), 18-24.
- PT Luna Boga Narayan. (2021) Janji Jiwa 3rd Anniversary. Diakses pada 16 Maret 2024 dari <https://jiwagroup.com/id/whaton/detail/39/JANJIIWA3RDANNIVERSARY>
- Pérez-Morón, J., Madan, S., Cheu, J. Y., Kee, D. M. H., Cheong, L. C., Chin, R., ... & García, A. P. M. (2022). Effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty: A case study of Starbucks in Malaysia. *International journal of tourism and hospitality in Asia Pasific (IJTHAP)*, 5(1), 62-74.
- Permana, H., & Djatmiko, T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee di Bandung. *Sosiohumanitas*, 20(2), 64-78. <https://doi.org/10.36555/sosiohumanitas.v20i2.112>
- Priharto, S. (2020). Indikator Kepuasan Pelanggan: Pengertian, Jenis, dan Fungsinya Bagi Bisnis. Accurate Online. Retrieved 13 June 2021.
- Pramudita, D. T., Gunawan, N. F., Ningsih, M. C., & Adilah, R. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan: Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 424-436.
- Pramesti, M. A., & Chasanah, U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 281-287.
- Rua, S., de Sousa Saldanha, E., & Amaral, A. M. (2020). Examining the relationships among product quality, customer satisfaction and loyalty in the bamboo institute, Dili, Timor-Leste. *Timor Leste Journal of Business and Management*, 2, 33-44.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). Metode Riset Penelitian Kuantitatif. Sleman: Deepublish.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Rizki Zulfikar. (2018). Pengaruh Kulaitas Pelayan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dektsuhu D Cihampales Cililin.
- Saleleng, N. C., Kojo, C., & Karuntu, M. (2014). Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3).
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-faktor kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (literature review manajemen pemasaran). *Jurnal ilmu manajemen terapan*, 3(1), 104-114.

- Slack, N. J., & Singh, G. (2020). The effect of service quality on customer satisfaction and loyalty and the mediating role of customer satisfaction: Supermarkets in fiji. [Service quality in supermarket sector] *TQM Journal*, 32(3), 543-558. doi:<https://doi.org/10.1108/TQM-07-2019-0187>
- Sholikhah, A. F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan mie gacoan di bekasi timur. *Jurnal Economina*, 2(2), 692-708.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami*.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sukoco, A. A. (2023). Kualitas Produk, Harga dan Pendapatan pada Niat Beli Produk. In *Prosiding Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia-e-ISSN 3026-4499* (Vol. 1, pp. 72-84).
- Swastha, B. (2014). *Manajemen Penjualan Edisi 3*. Yogyakarta: Bpfe.
- Syahrir, Danial, & Yusuf. M (2020). *Aplikasi Metode SEM-PLS Dalam Pengelolaan Sumber Daya Pesisir Dan Lautan*. Cetakan I. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- topbrand-award.com. (2024) Komparasi Brand Index. Diakses pada 16 Maret 2024 dari https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=2&id_subkategori=730
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Andi
- Tunahan, C., & Kutlu, M. B. (2023). Experienced product quality and brand loyalty: Mediating role of customer satisfaction. *Ege Akademik Bakis*, 23(2), 185-201. doi:<https://doi.org/10.21121/eab.1152164>
- Windarti, T., & Ibrahim, M. (2017). *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen produk donat madu (studi pada konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang–Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Yosepha Pusparisa. (2019) 10 Negara dengan Konsumsi Kopi Terbesar Dunia. Diakses pada 16 Maret 2024 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/12/13/10-negara-dengan-konsumsi-kopi-terbesar-dunia>
- Zahara, R. (2020). Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 31-38.
- Zeithaml, B. and P. (1996) 'The Behavioral consequences of Service Quality', *The Behavioral consequences of stroke*, pp. 31– 46.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Yth. Bapak/ibu/Saudara/i

Dalam rangka untuk memenuhi tugas akhir (skripsi), saya Clara Diyas Kartika Dewi selaku Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, sedang melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Pemediasi: Studi pada Pelanggan Janji Jiwa”**.

Agar tercapainya tujuan penelitian ini, saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i agar dapat meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Informasi dan jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan tentunya informasi tersebut sangat berarti dalam penyelesaian tugas akhir saya. Dengan itu, diharapkan penelitian ini dapat memperoleh hasil yang bermanfaat untuk kedepannya. Akhir kata, saya ucapkan terima kasih atas waktu dan ketersediaannya untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya.

I. Persyaratan Menjadi Responden

Berikan jawaban yang sesuai dengan keadaan Anda.

1. Apakah Anda mengetahui *brand* kopi lokal yang bernama Janji Jiwa?
 - a. Ya
 - b. Tidak (berhenti sampai disini, terimakasih)
2. Apakah Anda pernah melakukan pembelian produk Janji Jiwa dalam 3 bulan terakhir?
 - a. Ya
 - b. Tidak (berhenti sampai disini, terimakasih)

II. Karakteristik Responden

1. Usia
 - a. < 17 tahun
 - b. 17 – 22 tahun
 - c. 23 – 28 tahun
 - d. > 28 tahun
2. Jenis Kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Pekerjaan saat ini
 - a. Pelajar atau Mahasiswa
 - b. Pegawai Negri
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Wirausahawan
 - e. Lain-lain

INFORMASI KUESIONER

Berilah tanda (X) pada kolom yang paling mewakili penilaian anda terhadap pernyataan yang sesuai dengan pendapat responden. Jawaban dari responden diklasifikasikan menjadi pilihan jawaban yaitu, **STS** (sangat tidak setuju), **TS** (tidak setuju), **N** (netral), **S** (setuju) dan **SS** (sangat setuju).

Bagian 1: Kualitas Produk

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
Kesesuaian dengan Spesifikasi						
1.	Produk yang Saya beli di Janji Jiwa sudah sesuai dengan kualitas standar yang Saya inginkan.	STS	TS	N	S	SS
2.	Produk yang Saya beli di Janji Jiwa sudah sesuai dengan spesifikasi yang Saya inginkan.	STS	TS	N	S	SS
3.	Saya membeli produk dari Janji Jiwa karena fungsinya yang sesuai dengan keinginan Saya.	STS	TS	N	S	SS
Daya Tahan						
1.	Saya merasa produk <i>merchandise</i> dari Janji Jiwa tahan lama.	STS	TS	N	S	SS
2.	Saya merasa produk <i>merchandise</i> dari Janji Jiwa mempunyai tampilan yang baik dan tahan lama.	STS	TS	N	S	SS
3.	Saya menganggap penggantian produk <i>merchandise</i> dari Janji Jiwa memerlukan waktu yang cukup lama.	STS	TS	N	S	SS
Inovasi dan Peningkatan Desain						

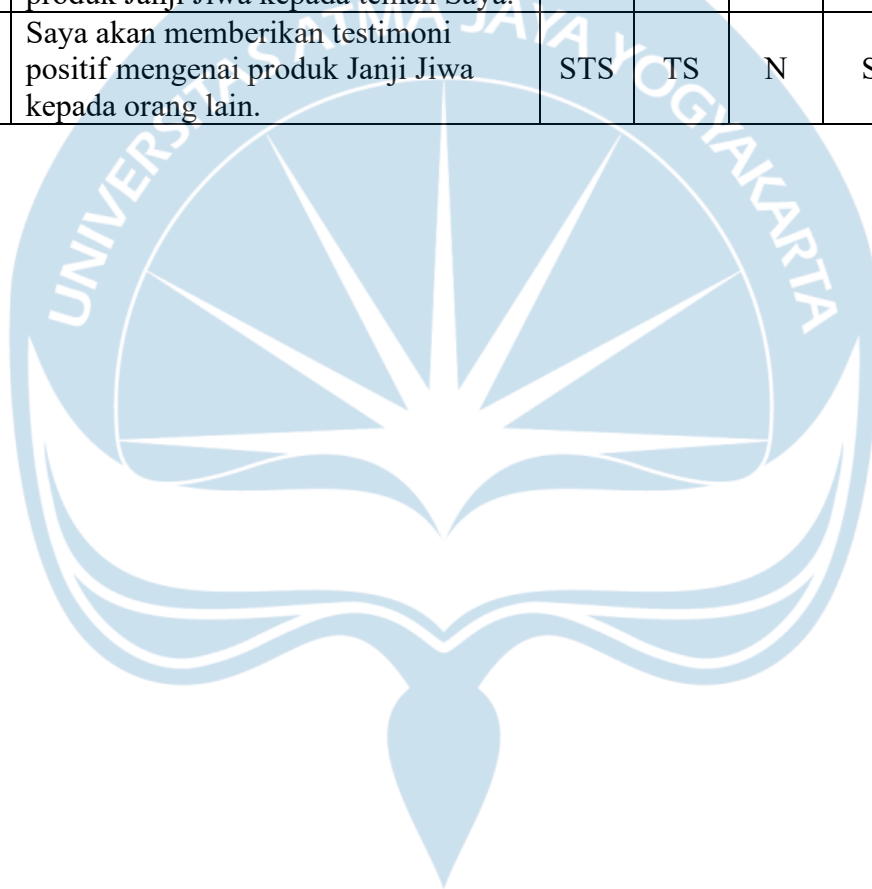
1.	Saya menganggap desain gambar pada kemasan pada Janji Jiwa lebih menarik dibandingkan kemasan merek lain.	STS	TS	N	S	SS
2.	Saya menganggap model kemasan pada Janji Jiwa lebih menarik dibandingkan kemasan merek lain.	STS	TS	N	S	SS
3.	Janji Jiwa senantiasa menjamin kualitas produknya dan selalu mengembangkan inovasi.	STS	TS	N	S	SS
4.	Saya merasa produk Janji Jiwa telah melakukan perubahan pada kualitas yang diberikan.	STS	TS	N	S	SS
Citra Merek						
1.	Saya menganggap produk Janji Jiwa memiliki desain dan warna yang menarik perhatian.	STS	TS	N	S	SS
2.	Produk Janji Jiwa sangat mudah dikenali.	STS	TS	N	S	SS
3.	Produk Janji Jiwa sangat mudah diucapkan.	STS	TS	N	S	SS
4.	Model produk Janji Jiwa sesuai dengan selera Saya.	STS	TS	N	S	SS
5.	Produk Janji Jiwa mudah diketahui atau sudah terkenal.	STS	TS	N	S	SS
6.	Produk Janji Jiwa merupakan produk favorit di masyarakat.	STS	TS	N	S	SS

Bagian 2: Kepuasan Pelanggan

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa puas dengan kualitas produk yang diberikan Janji Jiwa.	STS	TS	N	S	SS
2.	Saya merasa puas dengan kualitas layanan dari Janji Jiwa.	STS	TS	N	S	SS
3.	Saya merasa puas dengan harga yang diberikan Janji Jiwa.	STS	TS	N	S	SS
4.	Secara keseluruhan Saya merasa puas dengan Janji Jiwa.	STS	TS	N	S	SS

Bagian 3: Loyalitas Pelanggan

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mempunyai niat untuk tetap memilih Janji Jiwa.	STS	TS	N	S	SS
2.	Saya menganggap Janji Jiwa sebagai pilihan pertama Saya.	STS	TS	N	S	SS
3.	Saya merasa nyaman dan puas ketika Saya berbelanja langsung di Janji Jiwa untuk membeli produknya.	STS	TS	N	S	SS
4.	Saya berniat untuk merekomendasi produk Janji Jiwa kepada teman Saya.	STS	TS	N	S	SS
5.	Saya akan memberikan testimoni positif mengenai produk Janji Jiwa kepada orang lain.	STS	TS	N	S	SS

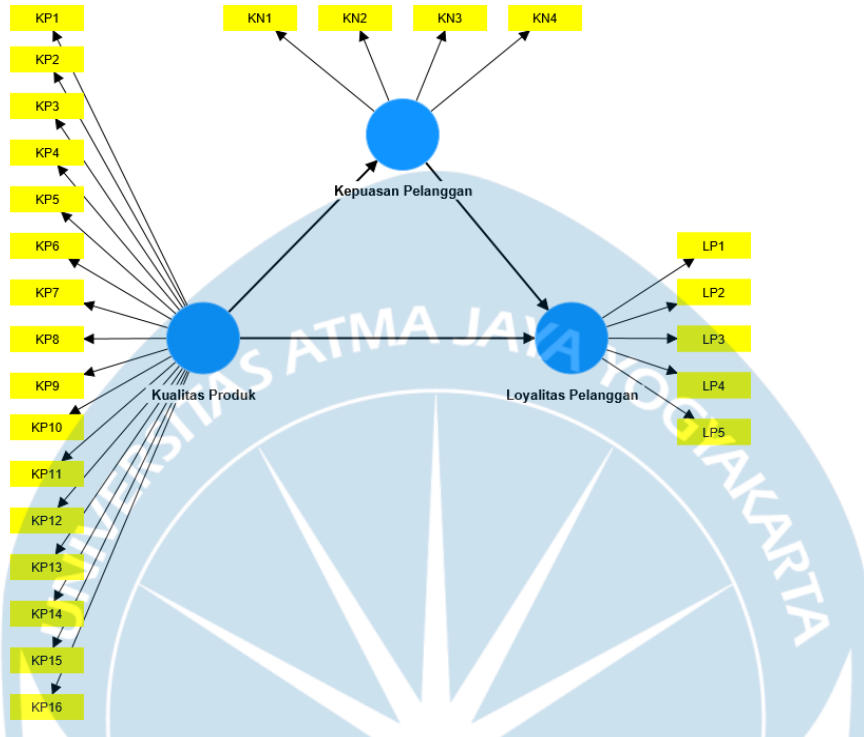


Lampiran 2 Statistik Deskriptif

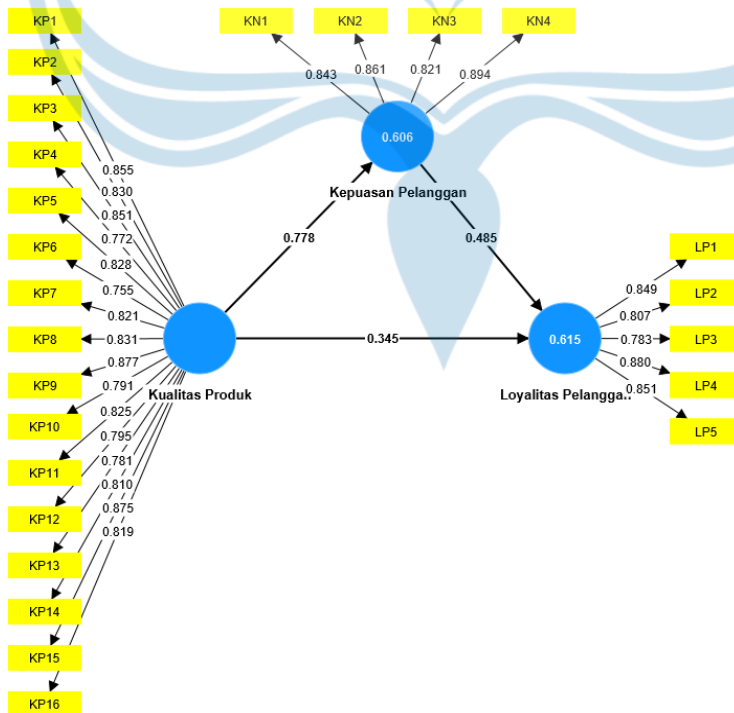
Variabel	Item	Mean	Std. Dev	Mean Var	Ket.
Kualitas Produk	KP1	4,05	0,56	3,90	Tinggi
	KP2	3,97	0,58		
	KP3	4,04	0,57		
	KP4	3,62	0,58		
	KP5	3,77	0,65		
	KP6	3,42	0,83		
	KP7	3,68	0,86		
	KP8	3,54	0,90		
	KP9	4,08	0,61		
	KP10	3,8	0,79		
	KP11	3,88	0,79		
	KP12	4,29	0,66		
	KP13	4,34	0,62		
	KP14	3,85	0,72		
	KP15	4,23	0,62		
	Kepuasan Pelanggan	KN1	4,03		
KN2		4,05	0,61		
KN3		3,82	0,73		
KN4		4,03	0,63		
Loyalitas Pelanggan	LP1	3,74	0,77	3,77	Tinggi
	LP2	3,38	0,98		
	LP3	3,96	0,65		
	LP4	3,83	0,78		
	LP5	3,93	0,69		

Lampiran 3 Hasil Olah Data SmartPLS

1. Model analisis jalur penelitian



2. Hasil perhitungan *outer model* analisis jalur penelitian



3. Hasil *outer loading*

	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Produk	Loyalitas Pelanggan
KN1	0.843		
KN2	0.861		
KN3	0.821		
KN4	0.894		
KP10		0.791	
KP11		0.825	
KP12		0.795	
KP13		0.781	
KP14		0.810	
KP15		0.875	
KP16		0.819	
KP2		0.830	
KP3		0.851	
KP4		0.772	
KP5		0.828	
KP6		0.755	
KP7		0.821	
KP8		0.831	
KP9		0.877	
LP1			0.849
LP2			0.807
LP3			0.783
LP4			0.880
LP5			0.851
KP1		0.855	

4. *Path coefficients*

	Path coefficients
Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.485
Kualitas Produk -> Kepuasan Pelanggan	0.778
Kualitas Produk -> Loyalitas Pelanggan	0.345

4. *Indirect effects*

	Specific indirect effects
Kualitas Produk -> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.378

5. Nilai Reliabilitas dan Validitas Konstruk

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kepuasan Pelanggan	0.877	0.881	0.916	0.731
Kualitas Produk	0.968	0.969	0.971	0.673
Loyalitas Pelanggan	0.891	0.893	0.920	0.697

6. Nilai *R-square*

	R-square	R-square adjusted
Kepuasan Pelanggan	0.606	0.602
Loyalitas Pelanggan	0.615	0.607

7. *Cross loading*

	Kepuasan Pelanggan	Kualitas Produk	Loyalitas Pelanggan
KN1	0.843	0.665	0.630
KN2	0.861	0.647	0.600
KN3	0.821	0.628	0.620
KN4	0.894	0.718	0.721
KP10	0.646	0.791	0.563
KP11	0.708	0.825	0.561
KP12	0.547	0.795	0.554
KP13	0.584	0.781	0.564
KP14	0.671	0.810	0.588
KP15	0.652	0.875	0.599
KP16	0.618	0.819	0.596
KP2	0.606	0.830	0.594
KP3	0.668	0.851	0.620
KP4	0.585	0.772	0.587
KP5	0.658	0.828	0.595
KP6	0.531	0.755	0.539
KP7	0.682	0.821	0.601
KP8	0.619	0.831	0.543
KP9	0.702	0.877	0.673
LP1	0.587	0.562	0.849
LP2	0.579	0.624	0.807
LP3	0.609	0.587	0.783
LP4	0.664	0.607	0.880
LP5	0.696	0.633	0.851
KP1	0.703	0.855	0.686

Lampiran 4 Rekap Data Kuesioner

1. Data Responden

No.	Identitas responden		
	Usia	Jenis kelamin	Pekerjaan saat ini
1	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
2	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
3	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
4	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
5	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
6	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
7	17 - 22 tahun	Perempuan	Wirausahawan
8	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
9	17 - 22 tahun	Laki-laki	Pelajar atau mahasiswa
10	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
11	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
12	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
13	>17 tahun	Laki-laki	Pegawai negeri
14	>28 tahun	Perempuan	Lain-lain
15	>28 tahun	Perempuan	Lain-lain
16	>28 tahun	Perempuan	Wirausahawan
17	17 - 22 tahun	Laki-laki	Lain-lain
18	>28 tahun	Perempuan	Pegawai swasta
19	>28 tahun	Perempuan	Pegawai swasta
20	>28 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta
21	>28 tahun	Perempuan	Pegawai swasta
22	23 - 28 tahun	Perempuan	Pegawai swasta
23	>28 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta
24	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
25	>28 tahun	Perempuan	Pegawai negeri
26	>28 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta
27	>28 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta
28	17 - 22 tahun	Laki-laki	Pelajar atau mahasiswa
29	>28 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta
30	>28 tahun	Perempuan	Lain-lain
31	>28 tahun	Perempuan	Wirausahawan
32	>28 tahun	Perempuan	Pegawai swasta
33	>28 tahun	Perempuan	Lain-lain
34	>28 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta
35	>28 tahun	Perempuan	Lain-lain

36	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
37	>28 tahun	Laki-laki	Lain-lain
38	17 - 22 tahun	Laki-laki	Pelajar atau mahasiswa
39	23 - 28 tahun	Perempuan	Pegawai swasta
40	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
41	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
42	23 - 28 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
43	23 - 28 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
44	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
45	17 - 22 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta
46	23 - 28 tahun	Laki-laki	Pelajar atau mahasiswa
47	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
48	17 - 22 tahun	Laki-laki	Pelajar atau mahasiswa
49	17 - 22 tahun	Laki-laki	Pelajar atau mahasiswa
50	17 - 22 tahun	Perempuan	Pegawai swasta
51	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
52	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
53	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
54	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
55	>28 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta
56	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
57	23 - 28 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
58	23 - 28 tahun	Perempuan	Wirausahawan
59	>28 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta
60	>28 tahun	Perempuan	Pegawai swasta
61	>28 tahun	Perempuan	Pegawai swasta
62	17 - 22 tahun	Laki-laki	Pelajar atau mahasiswa
63	>28 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta
64	>28 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta
65	>17 tahun	Laki-laki	Pelajar atau mahasiswa
66	>28 tahun	Perempuan	Pegawai swasta
67	>28 tahun	Perempuan	Pegawai negeri
68	>28 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta
69	23 - 28 tahun	Perempuan	Lain-lain
70	>28 tahun	Perempuan	Pegawai negeri
71	>28 tahun	Laki-laki	Pegawai negeri
72	23 - 28 tahun	Perempuan	Lain-lain
73	23 - 28 tahun	Laki-laki	Wirausahawan
74	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
75	23 - 28 tahun	Perempuan	Pegawai swasta
76	>28 tahun	Perempuan	Pegawai negeri
77	17 - 22 tahun	Laki-laki	Pelajar atau mahasiswa
78	17 - 22 tahun	Perempuan	Lain-lain

79	23 - 28 tahun	Laki-laki	Pegawai swasta
80	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
81	23 - 28 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
82	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
83	23 - 28 tahun	Perempuan	Wirausahawan
84	>28 tahun	Laki-laki	Pegawai negeri
85	>28 tahun	Perempuan	Wirausahawan
86	>28 tahun	Laki-laki	Lain-lain
87	>28 tahun	Laki-laki	Wirausahawan
88	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
89	>28 tahun	Perempuan	Wirausahawan
90	23 - 28 tahun	Perempuan	Pegawai swasta
91	>17 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
92	>28 tahun	Perempuan	Wirausahawan
93	>28 tahun	Perempuan	Wirausahawan
94	23 - 28 tahun	Perempuan	Pegawai negeri
95	23 - 28 tahun	Perempuan	Wirausahawan
96	17 - 22 tahun	Perempuan	Pelajar atau mahasiswa
97	>28 tahun	Perempuan	Wirausahawan
98	>28 tahun	Perempuan	Pegawai negeri
99	23 - 28 tahun	Perempuan	Wirausahawan
100	23 - 28 tahun	Laki-laki	Lain-lain

2. Variabel Kualitas Produk

Kualitas Produk															
KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	KP 7	KP 8	KP 9	KP 10	KP 11	KP 12	KP 13	KP 14	KP 15	KP 16
4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	5	2	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3
5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2
5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	5	4
5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4
4	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	2
4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3

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

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

3. Variabel Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan			
KN1	KN2	KN3	KN4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	3	3	4
5	5	5	4
4	4	3	4
4	4	4	4
4	4	3	4
4	3	3	4
3	3	3	3
4	5	5	5
5	5	5	5
4	4	3	4
4	4	5	5
4	3	3	4
3	3	2	3
4	5	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	5	4
4	4	4	4
4	4	3	4
3	4	3	3
5	5	5	5
3	3	3	3
5	4	4	4
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	3	3
2	3	3	3
4	4	4	4

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

5	5	4	5
3	3	4	4
4	5	4	4
5	5	4	5
4	4	3	4
4	5	4	5
4	4	4	4
4	4	4	5
5	4	4	5
4	5	3	4
4	5	5	5
4	5	4	4
5	4	4	5
4	4	4	4
4	4	4	4
5	4	4	4
4	4	4	3
5	5	4	5
4	5	4	5

4. Variabel Loyalitas Pelanggan

LP1	LP2	LP3	LP4	LP5
4	4	4	4	4
5	1	5	5	5
4	3	4	4	4
4	3	3	3	3
5	5	5	5	4
4	3	3	4	4
4	4	4	3	4
4	2	4	2	4
4	3	5	5	5
3	2	3	3	3
4	5	5	5	4
5	4	4	5	5
3	2	2	3	3
4	4	4	4	4
3	2	4	4	4
3	2	3	3	3
5	4	4	5	5
3	3	3	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4

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

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