

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis profil responden, maka dapat disimpulkan bahwa :
 - a. Berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden dalam penelitian ini perempuan.
 - b. Berdasarkan umur, sebagian besar responden berumur 20-30 tahun.
 - c. Berdasarkan pendapatan, sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki pendapatan perbulan Rp 1.100.000,- sampai dengan Rp 2.000.000,-.
2. Berdasarkan analisis regresi dan dapat disimpulkan bahwa :
 - a. Brand image (*awarness, perceived quality, CSR, origin, social image, unique*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap harga premium sebesar 76,8%, sedangkan sisanya sebesar 23,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model. Pengaruh paling besar adalah variabel negara asal produk, kemudian disusul oleh variabel citra sosial dan persepsi kualitas dan 3 variabel lain.
 - b. Brand image (*awarness, perceived quality, CSR, origin, social image, unique*) perngaruh terhadap loyalitas 69,4%, sedangkan sisanya sebesar 30,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model.

Pengaruh paling besar adalah variabel persepsi kualitas, kemudian disusul oleh keunikan dan CSR dan 3 variabel lainnya.

5.2. Implikasi Managerial

Hasil penelitian ini memberikan implikasi manajerial, yaitu brand image yang baik akan memberikan pengaruh positif bagi produk dan pengaruh positif yang ditimbulkan adalah tingginya loyalitas konsumen dan konsumen akan bersedia membayar harga premium, oleh karena brand image atau citra dari suatu merek akan sangat membantu dalam proses keputusan pembelian, dengan memiliki brand image yang baik, maka konsumen akan tertarik dengan merek tersebut. Upaya peningkatan loyalitas konsumen dan kesediaan konsumen bersedia membayar harga premium pada the body shop Yogyakarta pihak manajemen harus senantiasa meningkatkan brand image karena brand image akan senantiasa menjadi tolak ukur bagi konsumen untuk menilai suatu produk.

5.3. Saran

Berikut ini adalah saran yang dapat diberikan penulis bagi Pimpinan the body shop dan bagi peneliti lain.

1. Bagi Pimpinan The Body Shop

Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand image berpengaruh terhadap kesediaan konsumen membayar harga premium, untuk itu disarankan agar senantiasa meningkatkan brand image supaya loyalitas konsumen meningkat dan konsumen bersedia membayar harga premium.

2. Bagi peneliti lain

Bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan kajian tentang brand image, diharapkan dapat mengembangkan model penelitian ini dengan melalui penambahan

beberapa variabel yang secara teoritis dapat mempengaruhi loyalitas konsumen serta harga premium serta dilakukan pengembangan model hipotesis yang diharapkan akan diperoleh hasil penelitian yang lebih baik dan lebih komprehensif.

5.4. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah bahwa responden yang diteliti hanyalah the body shop saja, sehingga, kondisi ini tidak dapat digeneralisasi untuk produk lainnya dan perlu diuji lagi secara empiris bagi penelitian yang berbeda.



Daftar Pustaka

- Aaker dan Joachimstahler. 2000. *Marketing*. Edisi Ketiga. Erlangga, Jakarta.
- Aaker, D.A. (1996), “*Measuring brand equity across products and markets*”, California Management Review, Vol. 38 No. 3, pp. 102-120.
- Abdullah Alhaddad, (2015), “*A structural model of the relationships between brand image, brand trust and brand loyalty*”, International Journal of Management Research & Review.
- Alfian B, (2012), Pengaruh *Brand Image* Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova pada PT. HadjiKalla Cabang Polman, Universitas Hassanudi Makassar
- Amin Wijaja, (2005), *Manajemen Strategik*, Harvarindo, Jakarta.
- Anselmsson, J. and Johansson, U. (2007), “*Corporate social responsibility and the positioning of grocery brands: an exploratory study of retailer and manufacturer brands at point of purchase*”, International Journal of Retail & Distribution Management, Vol. 35 No. 10, pp. 835-856.
- Anselmsson, J., Johansson, U. and Persson, N. (2007), “*Understanding price premium for grocery products: a conceptual model of customer-based brand equity*”, Journal of Product & Brand Management, Vol. 16 No. 6, pp. 401-414.
- Baseer Ali Durrani, (2015), : “*Impact of Brand Image on Buying Behaviour Among Teenegers*”, European Scientific Journal February 2015 edition vol.11, No.5 ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431
- Bowen, Howard R. 1953. *Social Responsibility of the Businessman*. New York: Harper and Borthers
- Chih-Ching Yu, Pei-Jou Lin, (2013), “*How Brand Image, Country of Origin, and Self-Congruity Influence Internet Users Purchase Intention, Social Behaviour and Personality*, International Journal of Academic Research. 2013, 41(4), 599-612
- Engel, J. P., Blackwell, R. D., Miniard, P.W. 1990. *Consumer Behavior*. 6th Edition. Orlando, Florida: The Dryden Press
- Ike-Elechi Ogba and Zhenzhen Tan, (2009), “*Exploring the impact of brand image on customer loyalty and commitment in China*”, Journal of Technology Management in China Vol. 4 No. 2, pp. 132-144

- Ike-Elechi Ogba and Zhenzhen Tan, (2009), "Exploring the impact of brand image on customer loyalty and commitment in China", *Journal of Technology Management in China* Vol. 4 No. 2, 2009 pp. 132-144
- Johan Anselmsson, Niklas Vestman Bondesson and Ulf Johansson. 2014. *Brand image and customers' willingness to pay a price premium for food brands*. School of Economics and Management, Lund University, Lund, Sweden
- Keller, K.L. (1993), "Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity", *Journal of Marketing*, Vol. 57 No. 1, pp. 1-23.
- Khan, M.A. and Mahmood, Z. (2012), "Impact of brand loyalty factors on brand equity", *International Journal of Academic Research*, Vol. 4 No. 1, p. 33.
- Kim Harrison. 2001. *Strategic Public Relations: A Practical Guide to Success. 2nd Edition*. Vineyard Publishing.
- Kotler, P. 2002. *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Salemba
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran 2*, Edisi Millenium, PT. Ikrar Mandiri, Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip,. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Lassar, W., Mittal, B. and Sharma, A. (1995), "Measuring customer-based brand equity", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 12 No. 4, pp. 11-20.
- Maheswaran, D. (1994), "Country of origin as a stereotype: effects of consumer expertise and attribute strength on product evaluations", *Journal of Consumer Research*, Vol. 21 No. 2, pp. 354-365.
- Molan, B, (2005), *Manajemen Pemasaran jilid 2*, PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Netemeyer, R.G., Krishnan, B., Pullig, C., Wang, G., Yagci, M., Dean, D., Ricks, J. and Wirth, F. (2004), "Developing and validating measures of facets of customer-based brand equity", *Journal of Business Research*, Vol. 57 No. 2, pp. 209-224.
- Rita Martenson, (2007),"Corporate brand image, satisfaction and store loyalty", *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 35 Iss 7 pp. 544 – 555

- Roger D. Blackwell , Paul W. Miniard James, F. Engel, (2006), *Consumer Behavior: 10th Edition*
- Rui Vinhas da Silva, (2006), “*Online corporate brand image, satisfaction and loyalty*”, Palgrave Macmillan 1350-23 IX Brand Management Vol.16, No.3, 199-144 December.
- Sanzo, M.J., del Rí'o, A.B., Iglesias, V. and Va'zquez, R. (2003), “*Attitude and satisfaction in a traditional food product*”, British Food Journal, Vol. 105 Nos 10-11, pp. 771-790.
- Sethuraman, R. (2000), “*What makes consumers pay more for national brands than for private labels – image or quality?*”, Marketing Science Institute Paper Series, Cox School of Business, Southern Methodist University.
- Sethuraman, R. (2003), “*Measuring national brands' equity over store brands*”, Review of Marketing Science, Vol. 1 No. 1, pp. 1-25.
- Setyaningsih, Rahmawati, 2008. “*Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekuitas Merek Untuk Meningkatkan Minat Beli Ulang*”, Universitas Diponegoro Semarang
- Shepherd, R., Magnusson, M. and Sjo'den, P.-O. (2005), “*Determinants of consumer behavior related to organic foods*”, Ambio, Vol. 34 Nos 4-5, pp. 352-359.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono, 2006, *Statistika Untuk Penelitian*, Cetakan Ketujuh, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sweeney, J.C. and Soutar, G.N. (2001), “*Consumerperceived value: the development of a multiple item scale*”, Journal of Retailing, Vol. 77 No. 2, pp. 203-220.
- Yamen Koubaa, (2007) , “*Country of origin, brand image perception, and brand image structure*, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics Vol. 20 No. 2, pp. 139-155
- Yanie Pratiwi (2010). *Pengaruh Harga, Produk dan Pelayanan Terhadap Perilaku Konsumen pada Perusahaan Konveksi Mutiara Medan*.
- Yoo, B. and Donthu, N. (2001), “*Developing and validating multidimensional consumer-based brand equity scale*”, Journal of Business Research, Vol. 52 No. 1, pp. 1-14.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L. and Parasuraman, A. (1996), “*The behavioral consequences of service quality*”, Journal of Marketing, Vol. 60 No. 2, pp. 31-46.

Zhang Jing et al, (2014), "*The Influence of Brand Awareness, Brand Image and Perceived Quality on Brand Loyalty : A Case Study of OPPO Brand in Thailand*", *Institute of Interdisciplinary Business Research*

Zimund, William G., (1997). *Business Research Methods*. USA: dryden Press. Hill, New York.





LAMPIRAN I

Quisioner

Brand Image, Loyalitas Merek dan Kesiediaan Konsumen Untuk Membayar Price Premium Pada Produk The Body Shop

Jenis Kelamin : Laki-Laki / Wanita

Usia :

- __ 20 – 30 tahun
- __ 31 – 40 tahun
- __ > 40 tahun

Pendapatan per Bulan :

- __ < 1.000.000
- __ 1.100.000 – 2.000.000
- __ 2.100.000 – 3.000.000
- __ > 3.000.000

Petunjuk :

Berilah tanda X pada pernyataan yang sesuai dengan kondisi anda, sebagai berikut
:

Sangat Tidak Setuju	(STS)	diberi bobot 1
Tidak Setuju	(TS)	diberi bobot 2
Netral	(N)	diberi bobot 3
Setuju	(S)	diberi bobot 4
Sangat Setuju	(SS)	diberi bobot 5

Kesadaran Merek / Brand Awareness

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mengetahui merek The Body Shop					
2	Saya tahu seperti apa merek The Body Shop					
3	Saya tahu untuk apa merek The Body Shop					
4	Saya memiliki kesan terhadap merek The Body Shop					
5	Saya dapat membedakan / mengenali merek produk The Body Shop diantara produk lain sejenisnya					

Persepsi Kualitas / Percieved Quality

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Produk The Body Shop dibuat dengan baik					
2	Produk The Body Shop memiliki standard kualitas yang tinggi					
3	Produk The Body Shop memiliki kualitas yang konsisten					

Tanggungjawab Sosial Perusahaan / CSR (Corporate Social Responsibility)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Produk The Body Shop adalah produk yang ramah lingkungan					
2	Produk The Body Shop adalah produk yang sehat					

3	Produk The Body Shop diproduksi dengan kondisi kerja yang baik					
4	Produk The Body Shop berasal dari supplier yang peduli terhadap kesejahteraan hewan					

Negara Asal Produk / Country of Origin

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	The Body Shop jelas merupakan merek dari negara Inggris					
2	Produk dari The Body Shop diproduksi di Inggris					
3	Produk dari The Body Shop terbuat dari bahan-bahan dari Inggris					

Citra sosial / Social Image

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Membeli produk The Body Shop akan membuat saya merasa diterima					
2	Membeli produk The Body Shop akan meningkatkan persepsi terhadap saya					
3	Membeli produk The Body Shop akan membuat kesan yang lebih					

Keunikan / Uniqueness

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Produk The Body Shop berbeda dari produk perawatan tubuh lainnya					

2	Produk The Body Shop lebih menonjol dibandingkan dengan produk lain					
3	The Body Shop sangat berbeda dari produk sejenis lainnya					
4	The Body Shop unik dibandingkan produk sejenis lainnya					

Harga Premium / Price Premium

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya bersedia membayar harga lebih tinggi untuk produk The Body Shop dibandingkan dengan produk merek lain					
2	Saya bersedia membayar lebih untuk The Body Shop dibandingkan dengan merek lain sejenisnya					
3	Saya bersedia membayar beberapa % lebih untuk produk The Body Shop dibandingkan dengan merek lain sejenisnya					

Loyalitas Merek / Brand Loyalty

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan merekomendasikan The Body Shop kepada orang lain yang meminta pendapat					
2	Pembelian produk perawatan tubuh berikutnya saya akan membeli The Body Shop					
3	Saya mempertimbangkan The Body Shop menjadi pilihan utama saya					

4	Saya akan mengatakan hal positif tentang The Body Shop kepada orang lain					
5	Saya akan mendorong teman dan saudara saya untuk membeli The Body Shop					





Validitas Kesadaran Merk

Correlations

		km_1	km_2	km_3	km_4	km_5	skor_total
km_1	Pearson Correlation	1	.572**	.585**	.469**	.362*	.772**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.009	.049	.000
	N	30	30	30	30	30	30
km_2	Pearson Correlation	.572**	1	.774**	.463**	.668**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.010	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
km_3	Pearson Correlation	.585**	.774**	1	.338	.495**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.068	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30
km_4	Pearson Correlation	.469**	.463**	.338	1	.238	.643**
	Sig. (2-tailed)	.009	.010	.068		.205	.000
	N	30	30	30	30	30	30
km_5	Pearson Correlation	.362*	.668**	.495**	.238	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.049	.000	.005	.205		.000
	N	30	30	30	30	30	30

skor_total	Pearson Correlation	.772**	.890**	.808**	.643**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliabilitas Kesadaran Merk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	5

Validitas Persepsi Kualitas

Correlations

		Skor_total	PK_1	PK_2	PK_3
Skor_total	Pearson Correlation	1	.885**	.942**	.858**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
PK_1	Pearson Correlation	.885**	1	.767**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001
	N	30	30	30	30
PK_2	Pearson Correlation	.942**	.767**	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
PK_3	Pearson Correlation	.858**	.595**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	3



Validitas Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

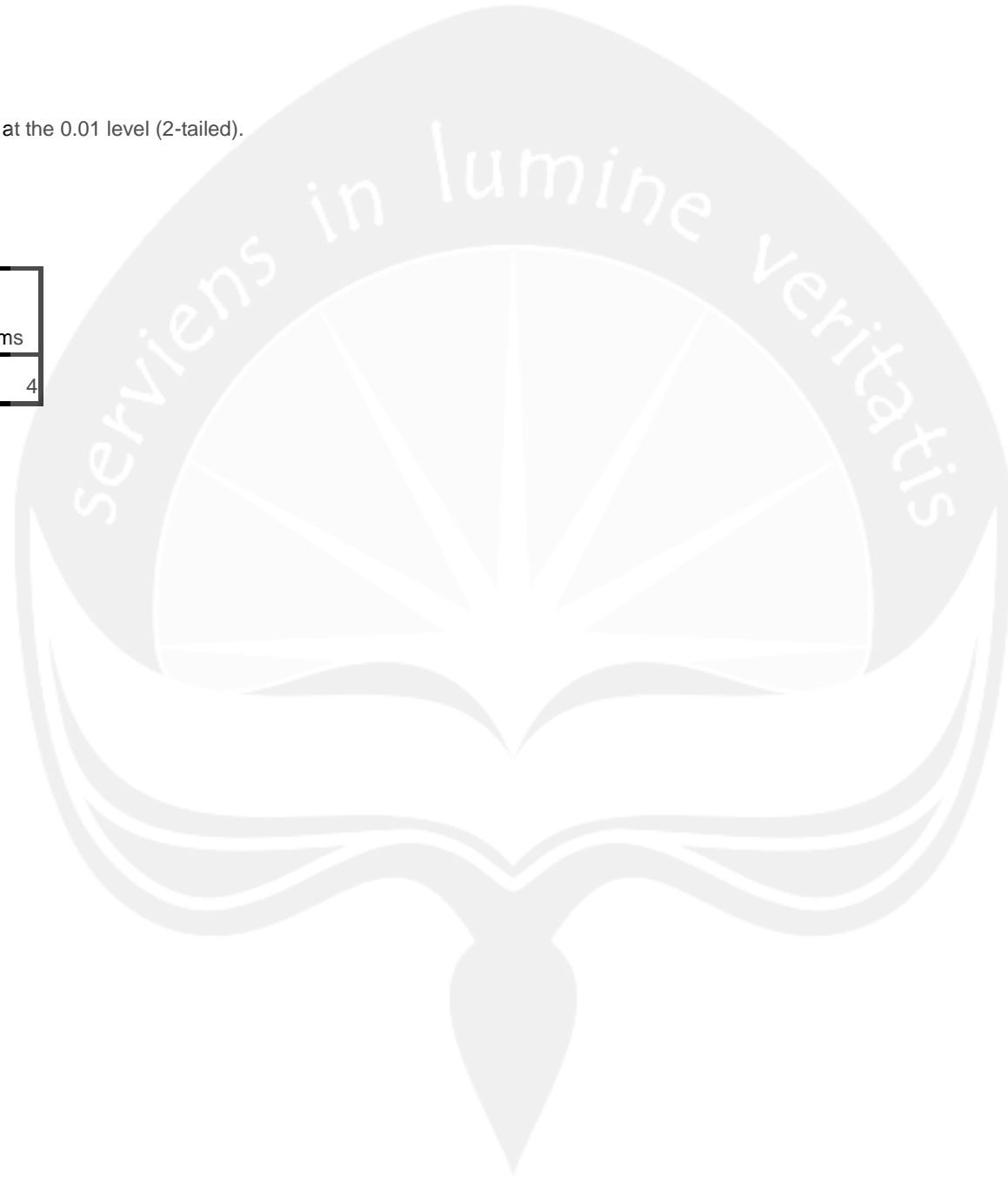
Correlations

		tsp_1	tsp_2	tsp_3	tsp_4	skor_total
tsp_1	Pearson Correlation	1	.570**	.705**	.611**	.831**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
tsp_2	Pearson Correlation	.570**	1	.693**	.704**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
tsp_3	Pearson Correlation	.705**	.693**	1	.859**	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
tsp_4	Pearson Correlation	.611**	.704**	.859**	1	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	.831**	.846**	.923**	.903**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	4



Validitas negara asal produk

Correlations

		Nap_1	Nap_2	Nap_3	skor_total
Nap_1	Pearson Correlation	1	.455*	.231	.699**
	Sig. (2-tailed)		.012	.219	.000
	N	30	30	30	30
Nap_2	Pearson Correlation	.455*	1	.622**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.012		.000	.000
	N	30	30	30	30
Nap_3	Pearson Correlation	.231	.622**	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.219	.000		.000
	N	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	.699**	.879**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.700	3



Validitas Citra Sosial

Correlations

		cs_1	cs_2	cs_3	skor_total
cs_1	Pearson Correlation	1	.898**	.846**	.945**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
cs_2	Pearson Correlation	.898**	1	.942**	.982**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
cs_3	Pearson Correlation	.846**	.942**	1	.966**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	.945**	.982**	.966**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.962	3



Validitas Keunikan

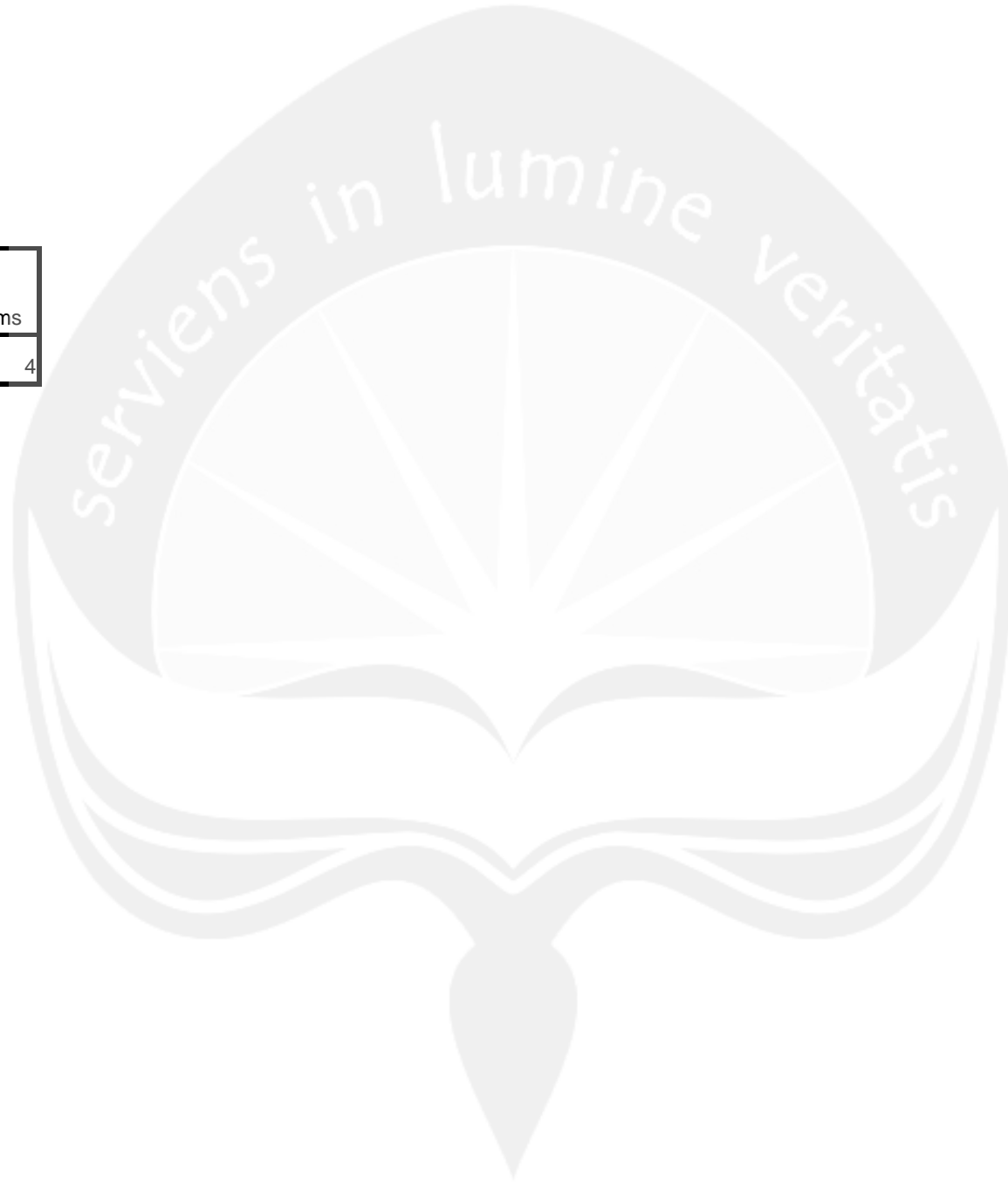
Correlations

		k_1	k_2	k_3	k_4	skor_to
k_1	Pearson Correlation	1	.681**	.534**	.568**	.82
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.001	.0
	N	30	30	30	30	
k_2	Pearson Correlation	.681**	1	.811**	.644**	.91
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.0
	N	30	30	30	30	
k_3	Pearson Correlation	.534**	.811**	1	.781**	.89
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.0
	N	30	30	30	30	
k_4	Pearson Correlation	.568**	.644**	.781**	1	.83
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.0
	N	30	30	30	30	
skor_total	Pearson Correlation	.820**	.914**	.894**	.839**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	4



Validitas harga premium

Correlations

		hp_1	hp_2	hp_3	skor_total
hp_1	Pearson Correlation	1	.928**	.719**	.950**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
hp_2	Pearson Correlation	.928**	1	.764**	.965**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
hp_3	Pearson Correlation	.719**	.764**	1	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	.950**	.965**	.881**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	3



Validitas Loyalitas merek

Correlations

		Lm_1	lm_2	lm_3	lm_4	lm_5	skor_total
Lm_1	Pearson Correlation	1	.818**	.747**	.625**	.769**	.932**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
lm_2	Pearson Correlation	.818**	1	.677**	.426*	.711**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.019	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
lm_3	Pearson Correlation	.747**	.677**	1	.491**	.689**	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.006	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
lm_4	Pearson Correlation	.625**	.426*	.491**	1	.621**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000	.019	.006		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
lm_5	Pearson Correlation	.769**	.711**	.689**	.621**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30

skor_total	Pearson Correlation	.932**	.861**	.863**	.707**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliabilitas Loyalitas Merek

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	5



LAMPIRAN III

Frequency Table

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	40	17,3	17,3	17,3
	Perempuan	191	82,7	82,7	100,0
	Total	231	100,0	100,0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 - 30 tahun	172	74,5	74,5	74,5
	31 - 40 tahun	47	20,3	20,3	94,8
	> 40 tahun	12	5,2	5,2	100,0
	Total	231	100,0	100,0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1.000.000	23	10,0	10,0	10,0
	1.100.000 - 2.000.000	151	65,4	65,4	75,3
	3.100.000 - 4.000.000	45	19,5	19,5	94,8
	> 4.000.000	12	5,2	5,2	100,0
	Total	231	100,0	100,0	



Frequency Table

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	40	17,3	17,3	17,3
	Perempuan	191	82,7	82,7	100,0
	Total	231	100,0	100,0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 - 30 tahun	172	74,5	74,5	74,5
	31 - 40 tahun	47	20,3	20,3	94,8
	> 40 tahun	12	5,2	5,2	100,0
	Total	231	100,0	100,0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1.000.000	23	10,0	10,0	10,0
	1.100.000 - 2.000.000	151	65,4	65,4	75,3
	3.100.000 - 4.000.000	45	19,5	19,5	94,8
	> 4.000.000	12	5,2	5,2	100,0
	Total	231	100,0	100,0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KM1	231	1,00	5,00	3,9481	1,23249
KM2	231	1,00	5,00	3,7186	1,20273
KM3	231	1,00	5,00	3,7532	1,19589
KM4	231	1,00	5,00	3,5541	1,15922
KM5	231	1,00	5,00	3,5887	1,31865
Kesadaran merek	231	1,00	5,00	3,7126	1,13328
Valid N (listwise)	231				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PK1	231	1,00	5,00	3,6623	1,17522
PK2	231	1,00	5,00	3,7576	1,20583
PK3	231	1,00	5,00	3,7359	1,15888
Persepsi kualitas	231	1,00	5,00	3,7189	1,13953
Valid N (listwise)	231				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TS1	231	1,00	5,00	3,6320	1,18638
TS2	231	1,00	5,00	3,6450	1,05684
TS3	231	1,00	5,00	3,5065	1,00810
TS4	231	1,00	5,00	3,4242	1,01387
Tanggung jawab sosial perusahaan	231	1,00	5,00	3,5519	,98163
Valid N (listwise)	231				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NA1	231	1,00	5,00	3,2641	1,02340
NA2	231	1,00	5,00	2,9957	,96232
NA3	231	1,00	5,00	2,9048	,94156
Negara asal produk	231	1,00	5,00	3,0552	,84440
Valid N (listwise)	231				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CS1	231	1,00	5,00	2,7662	,98107
CS2	231	1,00	5,00	2,9351	1,07547
CS3	231	1,00	5,00	3,0130	1,08940
Citra sosial	231	1,00	5,00	2,9049	,98821
Valid N (listwise)	231				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
K1	231	1,00	5,00	3,6017	1,01158
K2	231	1,00	5,00	3,5844	1,07563
K3	231	1,00	5,00	3,6926	,95821
K4	231	1,00	5,00	3,6753	,92935
Keunikan	231	1,00	5,00	3,6385	,89520
Valid N (listwise)	231				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
HP1	231	1,00	5,00	3,2208	,99070
HP2	231	1,00	5,00	3,1948	,99615
HP3	231	1,00	5,00	3,0130	1,02779
Harga premium	231	1,00	5,00	3,1431	,94451
Valid N (listwise)	231				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LM1	231	1,00	5,00	3,4675	1,11415
LM2	231	1,00	5,00	3,4978	1,02946
LM3	231	1,00	5,00	3,3550	1,14378
LM4	231	1,00	5,00	3,4978	1,11072
LM5	231	1,00	5,00	3,3939	1,04912
Loyalitas merek	231	1,00	5,00	3,4424	1,01558
Valid N (listwise)	231				



Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keunikan, Tanggung jawab sosial perusahaan, Citra sosial, Negara asal produk, Kesadaran merek, Persepsi kualitas	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Harga premium

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,880 ^a	,774	,768	,45455

- a. Predictors: (Constant), Keunikan, Tanggung jawab sosial perusahaan, Citra sosial, Negara asal produk, Kesadaran merek, Persepsi kualitas

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	158,900	6	26,483	128,176	,000 ^a
	Residual	46,282	224	,207		
	Total	205,183	230			

- a. Predictors: (Constant), Keunikan, Tanggung jawab sosial perusahaan, Citra sosial, Negara asal produk, Kesadaran merek, Persepsi kualitas
 b. Dependent Variable: Harga premium

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,364	,142		-2,570	,011
	Kesadaran merek	,144	,039	,173	3,654	,000
	Persepsi kualitas	,185	,044	,223	4,232	,000
	Tanggung jawab sosial perusahaan	,106	,044	,110	2,396	,017
	Negara asal produk	,288	,050	,257	5,788	,000
	Citra sosial	,202	,043	,211	4,664	,000
	Keunikan	,122	,047	,115	2,570	,011

- a. Dependent Variable: Harga premium

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Keunikan, Tanggung jawab sosial perusahaan, Citra sosial, Negara asal produk, Kesadaran merek, Persepsi kualitas	.	Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Loyalitas merek

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,838 ^a	,701	,694	,56225

- a. Predictors: (Constant), Keunikan, Tanggung jawab sosial perusahaan, Citra sosial, Negara asal produk, Kesadaran merek, Persepsi kualitas

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166,413	6	27,735	87,736	,000 ^a
	Residual	70,812	224	,316		
	Total	237,224	230			

- a. Predictors: (Constant), Keunikan, Tanggung jawab sosial perusahaan, Citra sosial, Negara asal produk, Kesadaran merek, Persepsi kualitas
 b. Dependent Variable: Loyalitas merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,204	,175		-1,163	,246
	Kesadaran merek	,113	,049	,126	2,312	,022
	Persepsi kualitas	,260	,054	,291	4,803	,000
	Tanggung jawab sosial perusahaan	,163	,055	,157	2,973	,003
	Negara asal produk	,169	,062	,141	2,748	,006
	Citra sosial	,122	,054	,119	2,285	,023
	Keunikan	,223	,059	,197	3,817	,000

- a. Dependent Variable: Loyalitas merek



LAMPIRAN V

Data Penelitian

No. Resp	Kesadaran Merk					Rata2	Persepsi Kualitas			Rata2
1	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
2	5	4	4	4	4	4,20	4	5	5	4,67
3	5	4	5	4	3	4,20	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4	4	4,00	3	3	4	3,33
5	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
6	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
7	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
8	5	4	4	4	3	4,00	5	5	3	4,33
9	4	4	4	4	3	3,80	4	4	4	4,00
10	5	5	5	5	4	4,80	5	5	5	5,00
11	4	4	4	3	4	3,80	4	3	4	3,67
12	3	4	4	3	4	3,60	4	4	4	4,00
13	4	4	4	4	3	3,80	4	4	4	4,00
14	4	4	4	4	3	3,80	4	4	4	4,00
15	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
16	4	4	5	4	4	4,20	4	4	4	4,00
17	4	3	4	4	3	3,60	3	4	4	3,67
18	5	4	4	4	4	4,20	4	4	4	4,00
19	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
20	5	5	5	5	5	5,00	3	4	4	3,67
21	5	4	4	4	5	4,40	3	4	4	3,67
22	5	5	5	4	5	4,80	5	5	5	5,00
23	5	5	5	3	5	4,60	3	2	3	2,67
24	5	4	4	4	4	4,20	4	4	4	4,00
25	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
26	5	4	4	5	4	4,40	4	5	5	4,67
27	5	4	4	4	3	4,00	5	5	5	5,00
28	4	4	4	4	3	3,80	4	4	4	4,00
29	5	4	5	3	4	4,20	4	4	4	4,00
30	4	4	4	4	5	4,20	5	5	5	5,00
31	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
32	1	1	1	1	1	1,00	1	1	3	1,67
33	5	5	5	4	2	4,20	4	4	5	4,33
34	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
35	5	5	5	3	3	4,20	3	3	3	3,00
36	5	5	5	5	4	4,80	4	5	3	4,00
37	1	1	1	1	1	1,00	1	1	1	1,00
38	5	3	4	3	3	3,60	4	4	4	4,00

39	5	5	5	4	4	4,60	4	4	4	4,00
40	4	4	3	4	4	3,80	4	3	3	3,33
41	4	3	4	4	4	3,80	4	4	4	4,00
42	5	5	5	5	5	5,00	5	5	3	4,33
43	4	3	3	3	4	3,40	4	3	3	3,33
44	5	5	5	3	5	4,60	5	5	5	5,00
45	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
46	3	3	2	1	1	2,00	3	3	3	3,00
47	3	3	2	1	1	2,00	3	3	3	3,00
48	3	3	2	1	1	2,00	3	3	3	3,00
49	5	5	4	4	3	4,20	4	4	4	4,00
50	5	5	5	5	4	4,80	5	5	5	5,00
51	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
52	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
53	5	5	5	3	4	4,40	3	4	4	3,67
54	4	4	4	4	5	4,20	5	5	5	5,00
55	5	5	5	5	4	4,80	4	4	4	4,00
56	4	3	4	4	4	3,80	5	5	5	5,00
57	5	5	5	4	5	4,80	4	4	4	4,00
58	4	4	4	4	5	4,20	4	4	4	4,00
59	4	4	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67
60	4	3	3	3	4	3,40	4	4	3	3,67
61	4	3	3	3	4	3,40	3	3	3	3,00
62	5	5	5	5	4	4,80	4	5	5	4,67
63	5	5	4	4	5	4,60	5	5	5	5,00
64	4	4	4	3	4	3,80	4	5	5	4,67
65	4	4	4	3	5	4,00	4	5	5	4,67
66	5	4	4	4	5	4,40	5	4	4	4,33
67	4	4	4	4	5	4,20	5	5	4	4,67
68	4	3	3	4	5	3,80	5	5	5	5,00
69	5	5	5	3	5	4,60	5	5	5	5,00
70	5	5	5	4	5	4,80	4	4	4	4,00
71	5	5	5	3	4	4,40	5	5	5	5,00
72	4	4	5	4	5	4,40	5	5	5	5,00
73	4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5,00
74	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
75	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
76	5	5	4	4	5	4,60	4	4	4	4,00
77	4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5,00
78	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
79	5	4	4	4	4	4,20	4	5	5	4,67

80	5	4	5	4	3	4,20	4	4	4	4,00
81	4	4	4	4	4	4,00	3	3	4	3,33
82	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
83	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
84	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
85	5	4	4	4	3	4,00	5	5	3	4,33
86	4	4	4	4	3	3,80	4	4	4	4,00
87	5	5	5	5	4	4,80	5	5	5	5,00
88	4	4	4	3	4	3,80	4	3	4	3,67
89	3	4	4	3	4	3,60	4	4	4	4,00
90	4	4	4	4	3	3,80	4	4	4	4,00
91	4	4	4	4	3	3,80	4	4	4	4,00
92	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
93	4	4	5	4	4	4,20	4	4	4	4,00
94	4	3	4	4	3	3,60	3	4	4	3,67
95	5	4	4	4	4	4,20	4	4	4	4,00
96	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
97	5	5	5	5	5	5,00	3	4	4	3,67
98	5	4	4	4	5	4,40	3	4	4	3,67
99	5	5	5	4	5	4,80	5	5	5	5,00
100	5	5	5	3	5	4,60	3	2	3	2,67
101	5	4	4	4	4	4,20	4	4	4	4,00
102	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
103	5	4	4	5	4	4,40	4	5	5	4,67
104	5	4	4	4	3	4,00	5	5	5	5,00
105	4	4	4	4	3	3,80	4	4	4	4,00
106	5	4	5	3	4	4,20	4	4	4	4,00
107	4	4	4	4	5	4,20	5	5	5	5,00
108	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
109	1	1	1	1	1	1,00	1	1	3	1,67
110	5	5	5	4	2	4,20	4	4	5	4,33
111	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
112	5	5	5	3	3	4,20	3	3	3	3,00
113	5	5	5	5	4	4,80	4	5	3	4,00
114	1	1	1	1	1	1,00	1	1	1	1,00
115	5	3	4	3	3	3,60	4	4	4	4,00
116	5	5	5	4	4	4,60	4	4	4	4,00
117	4	4	3	4	4	3,80	4	3	3	3,33
118	4	3	4	4	4	3,80	4	4	4	4,00
119	5	5	5	5	5	5,00	5	5	3	4,33
120	4	3	3	3	4	3,40	4	3	3	3,33

121	5	5	5	3	5	4,60	5	5	5	5,00
122	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
123	3	3	2	1	1	2,00	3	3	3	3,00
124	3	3	2	1	1	2,00	3	3	3	3,00
125	3	3	2	1	1	2,00	3	3	3	3,00
126	5	5	4	4	3	4,20	4	4	4	4,00
127	5	5	5	5	4	4,80	5	5	5	5,00
128	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
129	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
130	5	5	5	3	4	4,40	3	4	4	3,67
131	4	4	4	4	5	4,20	5	5	5	5,00
132	5	5	5	5	4	4,80	4	4	4	4,00
133	4	3	4	4	4	3,80	5	5	5	5,00
134	5	5	5	4	5	4,80	4	4	4	4,00
135	4	4	4	4	5	4,20	4	4	4	4,00
136	4	4	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67
137	4	3	3	3	4	3,40	4	4	3	3,67
138	4	3	3	3	4	3,40	3	3	3	3,00
139	5	5	5	5	4	4,80	4	5	5	4,67
140	5	5	4	4	5	4,60	5	5	5	5,00
141	4	4	4	3	4	3,80	4	5	5	4,67
142	4	4	4	3	5	4,00	4	5	5	4,67
143	5	4	4	4	5	4,40	5	4	4	4,33
144	4	4	4	4	5	4,20	5	5	4	4,67
145	4	3	3	4	5	3,80	5	5	5	5,00
146	5	5	5	3	5	4,60	5	5	5	5,00
147	5	5	5	4	5	4,80	4	4	4	4,00
148	5	5	5	3	4	4,40	5	5	5	5,00
149	4	4	5	4	5	4,40	5	5	5	5,00
150	4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5,00
151	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
152	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
153	5	5	4	4	5	4,60	4	4	4	4,00
154	4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5,00
155	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
156	5	4	4	4	4	4,20	4	5	5	4,67
157	5	4	5	4	3	4,20	4	4	4	4,00
158	4	4	4	4	4	4,00	3	3	4	3,33
159	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
160	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
161	3	3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00

162	5	4	4	4	3	4,00	5	5	3	4,33
163	4	4	4	4	3	3,80	4	4	4	4,00
164	5	5	5	5	4	4,80	5	5	5	5,00
165	4	4	4	3	4	3,80	4	3	4	3,67
166	3	4	4	3	4	3,60	4	4	4	4,00
167	4	4	4	4	3	3,80	4	4	4	4,00
168	4	4	4	4	3	3,80	4	4	4	4,00
169	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
170	4	4	5	4	4	4,20	4	4	4	4,00
171	4	3	4	4	3	3,60	3	4	4	3,67
172	5	4	4	4	4	4,20	4	4	4	4,00
173	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
174	5	5	5	5	5	5,00	3	4	4	3,67
175	5	4	4	4	5	4,40	3	4	4	3,67
176	5	5	5	4	5	4,80	5	5	5	5,00
177	5	5	5	3	5	4,60	3	2	3	2,67
178	5	4	4	4	4	4,20	4	4	4	4,00
179	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
180	5	4	4	5	4	4,40	4	5	5	4,67
181	5	4	4	4	3	4,00	5	5	5	5,00
182	4	4	4	4	3	3,80	4	4	4	4,00
183	5	4	5	3	4	4,20	4	4	4	4,00
184	4	4	4	4	5	4,20	5	5	5	5,00
185	4	4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
186	1	1	1	1	1	1,00	1	1	3	1,67
187	5	5	5	4	2	4,20	4	4	5	4,33
188	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
189	5	5	5	3	3	4,20	3	3	3	3,00
190	5	5	5	5	4	4,80	4	5	3	4,00
191	1	1	1	1	1	1,00	1	1	1	1,00
192	5	3	4	3	3	3,60	4	4	4	4,00
193	5	5	5	4	4	4,60	4	4	4	4,00
194	4	4	3	4	4	3,80	4	3	3	3,33
195	4	3	4	4	4	3,80	4	4	4	4,00
196	5	5	5	5	5	5,00	5	5	3	4,33
197	4	3	3	3	4	3,40	4	3	3	3,33
198	5	5	5	3	5	4,60	5	5	5	5,00
199	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
200	3	3	2	1	1	2,00	3	3	3	3,00
201	3	3	2	1	1	2,00	3	3	3	3,00
202	3	3	2	1	1	2,00	3	3	3	3,00

203	5	5	4	4	3	4,20	4	4	4	4,00
204	5	5	5	5	4	4,80	5	5	5	5,00
205	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
206	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
207	5	5	5	3	4	4,40	3	4	4	3,67
208	4	4	4	4	5	4,20	5	5	5	5,00
209	5	5	5	5	4	4,80	4	4	4	4,00
210	4	3	4	4	4	3,80	5	5	5	5,00
211	5	5	5	4	5	4,80	4	4	4	4,00
212	4	4	4	4	5	4,20	4	4	4	4,00
213	4	4	4	4	4	4,00	3	4	4	3,67
214	4	3	3	3	4	3,40	4	4	3	3,67
215	4	3	3	3	4	3,40	3	3	3	3,00
216	5	5	5	5	4	4,80	4	5	5	4,67
217	5	5	4	4	5	4,60	5	5	5	5,00
218	4	4	4	3	4	3,80	4	5	5	4,67
219	4	4	4	3	5	4,00	4	5	5	4,67
220	5	4	4	4	5	4,40	5	4	4	4,33
221	4	4	4	4	5	4,20	5	5	4	4,67
222	4	3	3	4	5	3,80	5	5	5	5,00
223	5	5	5	3	5	4,60	5	5	5	5,00
224	5	5	5	4	5	4,80	4	4	4	4,00
225	5	5	5	3	4	4,40	5	5	5	5,00
226	4	4	5	4	5	4,40	5	5	5	5,00
227	4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5,00
228	5	5	5	5	5	5,00	5	5	5	5,00
229	5	5	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
230	5	5	4	4	5	4,60	4	4	4	4,00
231	4	4	4	4	4	4,00	5	5	5	5,00

Tanggungjawab Sosial Perusahaan				Rata2	Negara Asal Produk			Rata2
4	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
2	3	3	3	2,75	4	4	2	3,33
4	3	3	3	3,25	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
5	5	5	5	5,00	3	3	3	3,00
5	5	5	5	5,00	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
3	4	3	3	3,25	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4,00	3	3	2	2,67
5	5	5	5	5,00	2	3	3	2,67
4	3	3	3	3,25	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67
5	4	4	3	4,00	4	4	3	3,67
5	4	4	3	4,00	4	4	3	3,67
5	5	4	5	4,75	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
4	3	4	4	3,75	4	4	3	3,67
4	2	4	4	3,50	2	2	2	2,00
4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
4	4	4	3	3,75	3	3	3	3,00
3	4	4	4	3,75	3	3	2	2,67
4	5	5	5	4,75	4	3	3	3,33
4	4	4	4	4,00	3	3	1	2,33
5	5	4	5	4,75	3	2	2	2,33
5	5	5	5	5,00	3	3	3	3,00
3	4	3	3	3,25	3	3	3	3,00
5	4	5	5	4,75	5	3	3	3,67
5	4	4	4	4,25	4	4	3	3,67
3	4	4	4	3,75	4	1	1	2,00
5	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4,00	4	3	3	3,33
3	3	2	3	2,75	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	2	3	3	2,67
4	3	4	5	4,00	3	3	3	3,00
3	3	3	4	3,25	3	3	1	2,33
3	4	3	3	3,25	3	3	3	3,00
1	1	1	1	1,00	1	1	1	1,00
4	3	4	3	3,50	2	2	2	2,00
3	3	3	4	3,25	3	3	2	2,67

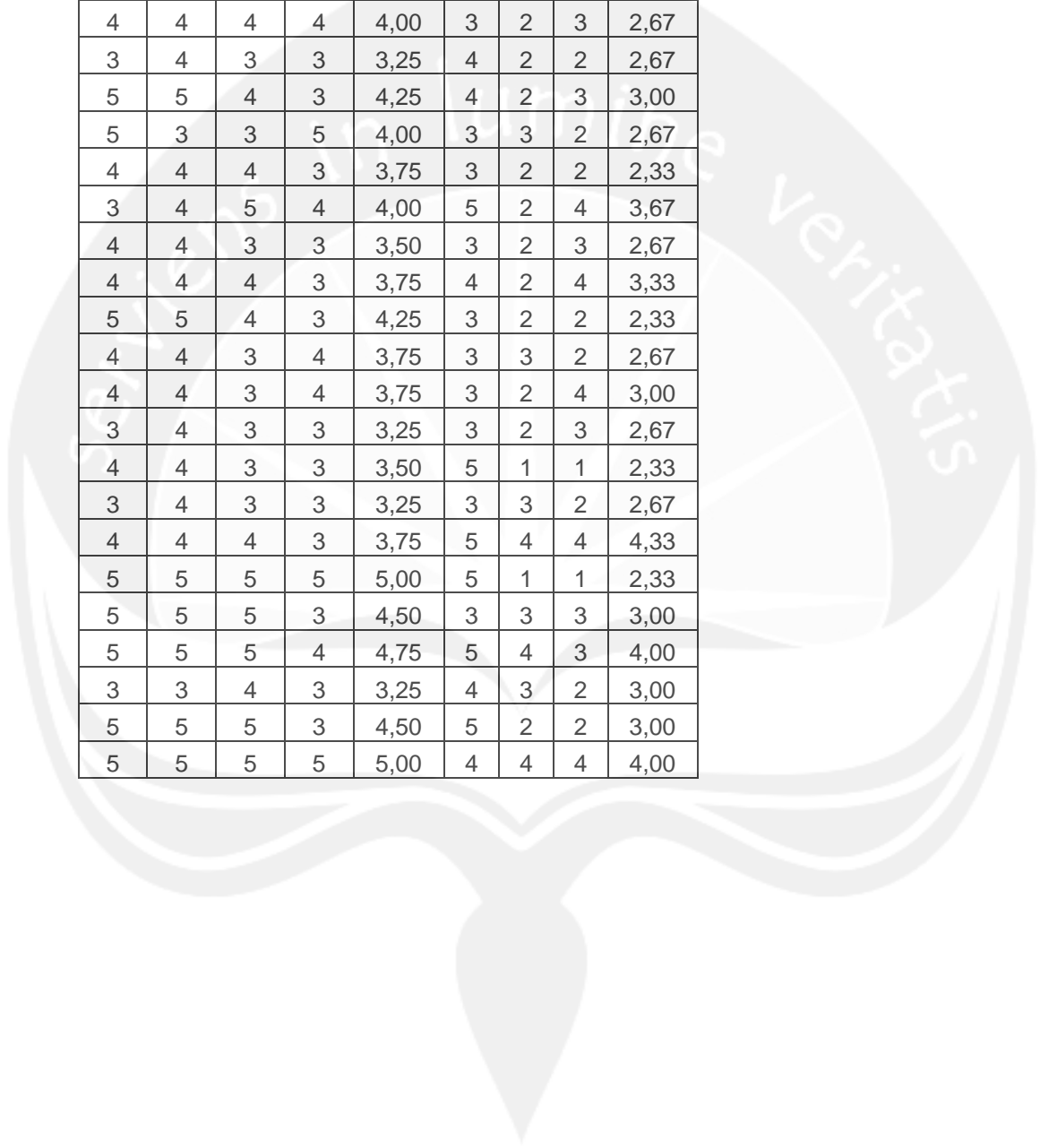
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
5	4	4	4	4,25	4	3	3	3,33
4	2	2	1	2,25	1	1	1	1,00
3	3	3	3	3,00	2	2	2	2,00
5	5	5	5	5,00	3	4	4	3,67
5	5	5	3	4,50	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
5	5	5	5	5,00	2	2	2	2,00
5	5	4	4	4,50	4	4	4	4,00
5	5	3	4	4,25	5	4	4	4,33
4	4	4	3	3,75	4	2	2	2,67
5	5	4	5	4,75	3	3	2	2,67
4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
4	5	5	5	4,75	3	3	3	3,00
4	3	3	3	3,25	3	3	2	2,67
4	4	4	4	4,00	3	2	3	2,67
3	4	3	3	3,25	4	2	2	2,67
5	5	4	3	4,25	4	2	3	3,00
5	3	3	5	4,00	3	3	2	2,67
4	4	4	3	3,75	3	2	2	2,33
3	4	5	4	4,00	5	2	4	3,67
4	4	3	3	3,50	3	2	3	2,67
4	4	4	3	3,75	4	2	4	3,33
5	5	4	3	4,25	3	2	2	2,33
4	4	3	4	3,75	3	3	2	2,67
4	4	3	4	3,75	3	2	4	3,00
3	4	3	3	3,25	3	2	3	2,67
4	4	3	3	3,50	5	1	1	2,33
3	4	3	3	3,25	3	3	2	2,67
4	4	4	3	3,75	5	4	4	4,33
5	5	5	5	5,00	5	1	1	2,33
5	5	5	3	4,50	3	3	3	3,00
5	5	5	4	4,75	5	4	3	4,00
3	3	4	3	3,25	4	3	2	3,00
5	5	5	3	4,50	5	2	2	3,00
5	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
2	3	3	3	2,75	4	4	2	3,33
4	3	3	3	3,25	3	3	3	3,00

3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
5	5	5	5	5,00	3	3	3	3,00
5	5	5	5	5,00	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
3	4	3	3	3,25	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4,00	3	3	2	2,67
5	5	5	5	5,00	2	3	3	2,67
4	3	3	3	3,25	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67
5	4	4	3	4,00	4	4	3	3,67
5	4	4	3	4,00	4	4	3	3,67
5	5	4	5	4,75	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
4	3	4	4	3,75	4	4	3	3,67
4	2	4	4	3,50	2	2	2	2,00
4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
4	4	4	3	3,75	3	3	3	3,00
3	4	4	4	3,75	3	3	2	2,67
4	5	5	5	4,75	4	3	3	3,33
4	4	4	4	4,00	3	3	1	2,33
5	5	4	5	4,75	3	2	2	2,33
5	5	5	5	5,00	3	3	3	3,00
3	4	3	3	3,25	3	3	3	3,00
5	4	5	5	4,75	5	3	3	3,67
5	4	4	4	4,25	4	4	3	3,67
3	4	4	4	3,75	4	1	1	2,00
5	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4,00	4	3	3	3,33
3	3	2	3	2,75	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	2	3	3	2,67
4	3	4	5	4,00	3	3	3	3,00
3	3	3	4	3,25	3	3	1	2,33
3	4	3	3	3,25	3	3	3	3,00
1	1	1	1	1,00	1	1	1	1,00
4	3	4	3	3,50	2	2	2	2,00
3	3	3	4	3,25	3	3	2	2,67
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
5	4	4	4	4,25	4	3	3	3,33
4	2	2	1	2,25	1	1	1	1,00
3	3	3	3	3,00	2	2	2	2,00
5	5	5	5	5,00	3	4	4	3,67

5	5	5	3	4,50	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
5	5	5	5	5,00	2	2	2	2,00
5	5	4	4	4,50	4	4	4	4,00
5	5	3	4	4,25	5	4	4	4,33
4	4	4	3	3,75	4	2	2	2,67
5	5	4	5	4,75	3	3	2	2,67
4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
4	5	5	5	4,75	3	3	3	3,00
4	3	3	3	3,25	3	3	2	2,67
4	4	4	4	4,00	3	2	3	2,67
3	4	3	3	3,25	4	2	2	2,67
5	5	4	3	4,25	4	2	3	3,00
5	3	3	5	4,00	3	3	2	2,67
4	4	4	3	3,75	3	2	2	2,33
3	4	5	4	4,00	5	2	4	3,67
4	4	3	3	3,50	3	2	3	2,67
4	4	4	3	3,75	4	2	4	3,33
5	5	4	3	4,25	3	2	2	2,33
4	4	3	4	3,75	3	3	2	2,67
4	4	3	4	3,75	3	2	4	3,00
3	4	3	3	3,25	3	2	3	2,67
4	4	3	3	3,50	5	1	1	2,33
3	4	3	3	3,25	3	3	2	2,67
4	4	4	3	3,75	5	4	4	4,33
5	5	5	5	5,00	5	1	1	2,33
5	5	5	3	4,50	3	3	3	3,00
5	5	5	4	4,75	5	4	3	4,00
3	3	4	3	3,25	4	3	2	3,00
5	5	5	3	4,50	5	2	2	3,00
5	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4,00	3	3	3	3,00
2	3	3	3	2,75	4	4	2	3,33
4	3	3	3	3,25	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
5	5	5	5	5,00	3	3	3	3,00
5	5	5	5	5,00	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
3	4	3	3	3,25	3	3	3	3,00

4	4	4	4	4,00	3	3	2	2,67
5	5	5	5	5,00	2	3	3	2,67
4	3	3	3	3,25	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4,00	4	4	3	3,67
5	4	4	3	4,00	4	4	3	3,67
5	4	4	3	4,00	4	4	3	3,67
5	5	4	5	4,75	3	3	3	3,00
4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
4	3	4	4	3,75	4	4	3	3,67
4	2	4	4	3,50	2	2	2	2,00
4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
4	4	4	3	3,75	3	3	3	3,00
3	4	4	4	3,75	3	3	2	2,67
4	5	5	5	4,75	4	3	3	3,33
4	4	4	4	4,00	3	3	1	2,33
5	5	4	5	4,75	3	2	2	2,33
5	5	5	5	5,00	3	3	3	3,00
3	4	3	3	3,25	3	3	3	3,00
5	4	5	5	4,75	5	3	3	3,67
5	4	4	4	4,25	4	4	3	3,67
3	4	4	4	3,75	4	1	1	2,00
5	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00
4	4	4	4	4,00	4	3	3	3,33
3	3	2	3	2,75	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	2	3	3	2,67
4	3	4	5	4,00	3	3	3	3,00
3	3	3	4	3,25	3	3	1	2,33
3	4	3	3	3,25	3	3	3	3,00
1	1	1	1	1,00	1	1	1	1,00
4	3	4	3	3,50	2	2	2	2,00
3	3	3	4	3,25	3	3	2	2,67
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
5	4	4	4	4,25	4	3	3	3,33
4	2	2	1	2,25	1	1	1	1,00
3	3	3	3	3,00	2	2	2	2,00
5	5	5	5	5,00	3	4	4	3,67
5	5	5	3	4,50	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
3	3	3	3	3,00	3	3	3	3,00
5	5	5	5	5,00	2	2	2	2,00

5	5	4	4	4,50	4	4	4	4,00
5	5	3	4	4,25	5	4	4	4,33
4	4	4	3	3,75	4	2	2	2,67
5	5	4	5	4,75	3	3	2	2,67
4	4	4	4	4,00	4	4	4	4,00
4	5	5	5	4,75	3	3	3	3,00
4	3	3	3	3,25	3	3	2	2,67
4	4	4	4	4,00	3	2	3	2,67
3	4	3	3	3,25	4	2	2	2,67
5	5	4	3	4,25	4	2	3	3,00
5	3	3	5	4,00	3	3	2	2,67
4	4	4	3	3,75	3	2	2	2,33
3	4	5	4	4,00	5	2	4	3,67
4	4	3	3	3,50	3	2	3	2,67
4	4	4	3	3,75	4	2	4	3,33
5	5	4	3	4,25	3	2	2	2,33
4	4	3	4	3,75	3	3	2	2,67
4	4	3	4	3,75	3	2	4	3,00
3	4	3	3	3,25	3	2	3	2,67
4	4	3	3	3,50	5	1	1	2,33
3	4	3	3	3,25	3	3	2	2,67
4	4	4	3	3,75	5	4	4	4,33
5	5	5	5	5,00	5	1	1	2,33
5	5	5	3	4,50	3	3	3	3,00
5	5	5	4	4,75	5	4	3	4,00
3	3	4	3	3,25	4	3	2	3,00
5	5	5	3	4,50	5	2	2	3,00
5	5	5	5	5,00	4	4	4	4,00



Citra sosial			Rata2	Keunikan				Rata2
3	4	4	3,67	4	4	3	4	3,75
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
3	2	2	2,33	3	4	4	4	3,75
1	1	1	1,00	4	3	2	3	3,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
1	1	2	1,33	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
1	1	1	1,00	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
2	2	2	2,00	3	4	4	3	3,50
2	2	2	2,00	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75
1	1	1	1,00	4	3	3	3	3,25
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
2	3	3	2,67	4	3	3	3	3,25
3	4	4	3,67	4	4	4	4	4,00
3	3	4	3,33	5	5	4	4	4,50
2	2	1	1,67	1	1	1	2	1,25
3	3	3	3,00	5	3	4	4	4,00
4	4	4	4,00	5	4	4	5	4,50
4	4	4	4,00	4	5	5	4	4,50
3	4	4	3,67	3	3	4	4	3,50
3	4	4	3,67	4	4	4	4	4,00
1	2	2	1,67	2	2	3	4	2,75
2	2	1	1,67	3	3	4	4	3,50
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
1	1	1	1,00	3	1	3	3	2,50
2	4	4	3,33	3	4	3	4	3,50
1	1	3	1,67	4	4	3	4	3,75
1	1	1	1,00	1	3	3	3	2,50
5	5	5	5,00	3	5	3	3	3,50
1	1	1	1,00	1	1	1	1	1,00
2	3	3	2,67	2	3	2	3	2,50
3	3	4	3,33	4	2	4	3	3,25

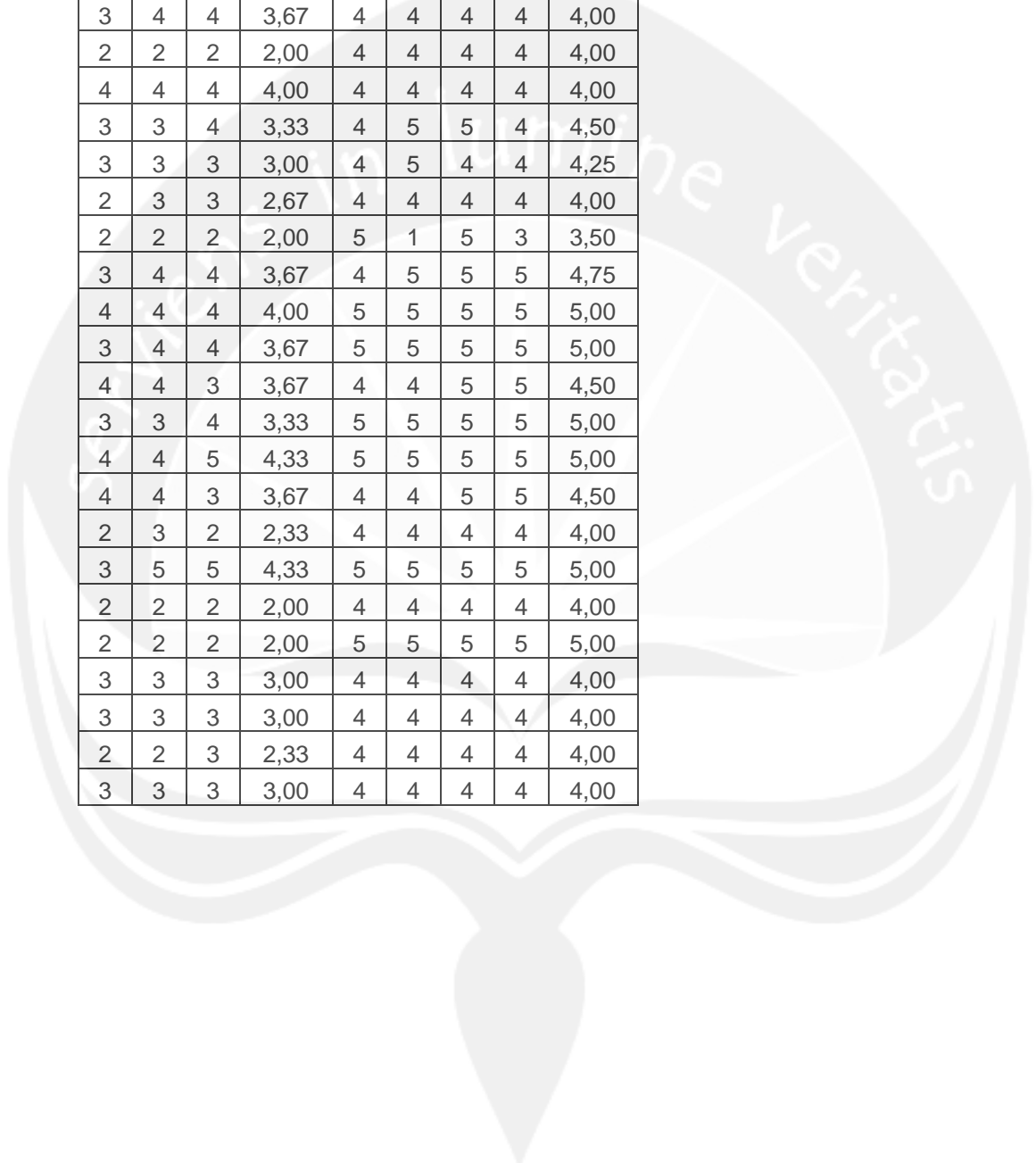
3	2	2	2,33	2	2	2	2	2,00
3	3	3	3,00	3	3	4	4	3,50
3	1	2	2,00	3	3	3	1	2,50
2	3	2	2,33	3	3	3	3	3,00
1	1	1	1,00	3	1	3	4	2,75
3	5	4	4,00	4	3	3	3	3,25
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
3	3	4	3,33	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00
2	2	2	2,00	4	3	4	4	3,75
5	4	5	4,67	5	5	5	5	5,00
3	2	3	2,67	3	4	4	3	3,50
3	4	4	3,67	4	4	4	4	4,00
2	2	2	2,00	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
3	3	4	3,33	4	5	5	4	4,50
3	3	3	3,00	4	5	4	4	4,25
2	3	3	2,67	4	4	4	4	4,00
2	2	2	2,00	5	1	5	3	3,50
3	4	4	3,67	4	5	5	5	4,75
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00
3	4	4	3,67	5	5	5	5	5,00
4	4	3	3,67	4	4	5	5	4,50
3	3	4	3,33	5	5	5	5	5,00
4	4	5	4,33	5	5	5	5	5,00
4	4	3	3,67	4	4	5	5	4,50
2	3	2	2,33	4	4	4	4	4,00
3	5	5	4,33	5	5	5	5	5,00
2	2	2	2,00	4	4	4	4	4,00
2	2	2	2,00	5	5	5	5	5,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
2	2	3	2,33	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
3	4	4	3,67	4	4	3	4	3,75
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
3	2	2	2,33	3	4	4	4	3,75

1	1	1	1,00	4	3	2	3	3,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
1	1	2	1,33	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
1	1	1	1,00	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
2	2	2	2,00	3	4	4	3	3,50
2	2	2	2,00	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75
1	1	1	1,00	4	3	3	3	3,25
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
2	3	3	2,67	4	3	3	3	3,25
3	4	4	3,67	4	4	4	4	4,00
3	3	4	3,33	5	5	4	4	4,50
2	2	1	1,67	1	1	1	2	1,25
3	3	3	3,00	5	3	4	4	4,00
4	4	4	4,00	5	4	4	5	4,50
4	4	4	4,00	4	5	5	4	4,50
3	4	4	3,67	3	3	4	4	3,50
3	4	4	3,67	4	4	4	4	4,00
1	2	2	1,67	2	2	3	4	2,75
2	2	1	1,67	3	3	4	4	3,50
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
1	1	1	1,00	3	1	3	3	2,50
2	4	4	3,33	3	4	3	4	3,50
1	1	3	1,67	4	4	3	4	3,75
1	1	1	1,00	1	3	3	3	2,50
5	5	5	5,00	3	5	3	3	3,50
1	1	1	1,00	1	1	1	1	1,00
2	3	3	2,67	2	3	2	3	2,50
3	3	4	3,33	4	2	4	3	3,25
3	2	2	2,33	2	2	2	2	2,00
3	3	3	3,00	3	3	4	4	3,50
3	1	2	2,00	3	3	3	1	2,50
2	3	2	2,33	3	3	3	3	3,00
1	1	1	1,00	3	1	3	4	2,75

3	5	4	4,00	4	3	3	3	3,25
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
3	3	4	3,33	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00
2	2	2	2,00	4	3	4	4	3,75
5	4	5	4,67	5	5	5	5	5,00
3	2	3	2,67	3	4	4	3	3,50
3	4	4	3,67	4	4	4	4	4,00
2	2	2	2,00	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
3	3	4	3,33	4	5	5	4	4,50
3	3	3	3,00	4	5	4	4	4,25
2	3	3	2,67	4	4	4	4	4,00
2	2	2	2,00	5	1	5	3	3,50
3	4	4	3,67	4	5	5	5	4,75
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00
3	4	4	3,67	5	5	5	5	5,00
4	4	3	3,67	4	4	5	5	4,50
3	3	4	3,33	5	5	5	5	5,00
4	4	5	4,33	5	5	5	5	5,00
4	4	3	3,67	4	4	5	5	4,50
2	3	2	2,33	4	4	4	4	4,00
3	5	5	4,33	5	5	5	5	5,00
2	2	2	2,00	4	4	4	4	4,00
2	2	2	2,00	5	5	5	5	5,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
2	2	3	2,33	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
3	4	4	3,67	4	4	3	4	3,75
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
3	2	2	2,33	3	4	4	4	3,75
1	1	1	1,00	4	3	2	3	3,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
1	1	2	1,33	4	4	4	4	4,00

4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
1	1	1	1,00	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
2	2	2	2,00	3	4	4	3	3,50
2	2	2	2,00	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4,00	3	4	4	4	3,75
1	1	1	1,00	4	3	3	3	3,25
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
2	3	3	2,67	4	3	3	3	3,25
3	4	4	3,67	4	4	4	4	4,00
3	3	4	3,33	5	5	4	4	4,50
2	2	1	1,67	1	1	1	2	1,25
3	3	3	3,00	5	3	4	4	4,00
4	4	4	4,00	5	4	4	5	4,50
4	4	4	4,00	4	5	5	4	4,50
3	4	4	3,67	3	3	4	4	3,50
3	4	4	3,67	4	4	4	4	4,00
1	2	2	1,67	2	2	3	4	2,75
2	2	1	1,67	3	3	4	4	3,50
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
1	1	1	1,00	3	1	3	3	2,50
2	4	4	3,33	3	4	3	4	3,50
1	1	3	1,67	4	4	3	4	3,75
1	1	1	1,00	1	3	3	3	2,50
5	5	5	5,00	3	5	3	3	3,50
1	1	1	1,00	1	1	1	1	1,00
2	3	3	2,67	2	3	2	3	2,50
3	3	4	3,33	4	2	4	3	3,25
3	2	2	2,33	2	2	2	2	2,00
3	3	3	3,00	3	3	4	4	3,50
3	1	2	2,00	3	3	3	1	2,50
2	3	2	2,33	3	3	3	3	3,00
1	1	1	1,00	3	1	3	4	2,75
3	5	4	4,00	4	3	3	3	3,25
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3,00
3	3	4	3,33	3	3	3	3	3,00

4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4,00	5	4	4	4	4,25
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00
2	2	2	2,00	4	3	4	4	3,75
5	4	5	4,67	5	5	5	5	5,00
3	2	3	2,67	3	4	4	3	3,50
3	4	4	3,67	4	4	4	4	4,00
2	2	2	2,00	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4,00
3	3	4	3,33	4	5	5	4	4,50
3	3	3	3,00	4	5	4	4	4,25
2	3	3	2,67	4	4	4	4	4,00
2	2	2	2,00	5	1	5	3	3,50
3	4	4	3,67	4	5	5	5	4,75
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00
3	4	4	3,67	5	5	5	5	5,00
4	4	3	3,67	4	4	5	5	4,50
3	3	4	3,33	5	5	5	5	5,00
4	4	5	4,33	5	5	5	5	5,00
4	4	3	3,67	4	4	5	5	4,50
2	3	2	2,33	4	4	4	4	4,00
3	5	5	4,33	5	5	5	5	5,00
2	2	2	2,00	4	4	4	4	4,00
2	2	2	2,00	5	5	5	5	5,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00
2	2	3	2,33	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4,00



Harga Premium			Rata2	Loyalitas Merek					Rata2
4	3	3	3,33	4	4	3	4	4	3,80
4	4	5	4,33	2	2	1	4	1	2,00
2	2	2	2,00	2	3	1	2	1	1,80
1	1	2	1,33	3	2	2	4	2	2,60
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4,00	5	5	4	3	3	4,00
4	4	3	3,67	4	3	3	3	3	3,20
4	4	3	3,67	4	4	5	5	4	4,40
2	2	2	2,00	4	3	3	4	4	3,60
3	2	2	2,33	2	3	2	3	3	2,60
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	3	3	4	4	3,60
2	2	2	2,00	2	2	2	3	3	2,40
4	3	4	3,67	4	4	3	4	4	3,80
1	1	1	1,00	2	1	2	3	2	2,00
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	3	3	3	4	3	3,20
4	4	3	3,67	4	4	4	4	5	4,20
4	4	4	4,00	5	4	3	5	4	4,20
3	3	3	3,00	2	2	1	3	2	2,00
4	4	4	4,00	4	4	3	4	4	3,80
5	5	4	4,67	5	4	5	4	4	4,40
3	3	4	3,33	4	4	3	4	4	3,80
3	4	4	3,67	4	3	2	4	4	3,40
3	3	3	3,00	4	3	4	4	3	3,60
2	2	2	2,00	2	2	2	3	2	2,20
2	2	4	2,67	4	4	2	4	4	3,60
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
2	2	2	2,00	2	3	1	1	2	1,80
4	4	4	4,00	4	3	3	3	3	3,20
1	2	1	1,33	3	3	1	4	1	2,40
1	2	1	1,33	3	2	2	3	2	2,40
5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5,00
1	1	1	1,00	1	1	1	1	1	1,00
3	3	3	3,00	3	3	2	3	2	2,60
3	3	2	2,67	4	3	3	3	3	3,20

2	2	2	2,00	2	2	2	3	3	2,40
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00
1	1	1	1,00	2	2	2	2	2	2,00
3	3	2	2,67	4	3	3	4	3	3,40
2	1	1	1,33	4	3	3	5	5	4,00
3	3	2	2,67	3	3	3	3	2	2,80
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
4	4	1	3,00	4	4	4	3	4	3,80
5	5	4	4,67	4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4,00	4	5	4	4	4	4,20
4	4	4	4,00	4	5	5	4	4	4,40
4	2	1	2,33	2	2	2	2	2	2,00
4	4	4	4,00	4	5	5	5	4	4,60
2	2	2	2,00	3	3	4	4	3	3,40
4	4	4	4,00	4	3	3	4	4	3,60
4	4	4	4,00	4	5	5	5	4	4,60
4	4	4	4,00	4	5	5	5	4	4,60
3	3	3	3,00	5	5	5	5	4	4,80
4	4	4	4,00	3	4	4	4	3	3,60
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4,00	3	4	2	4	3	3,20
4	4	4	4,00	4	4	4	4	3	3,80
4	5	4	4,33	4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00
4	4	3	3,67	4	4	5	5	5	4,60
4	4	3	3,67	4	4	4	5	5	4,40
4	4	3	3,67	4	5	5	4	4	4,40
3	3	2	2,67	4	4	3	4	4	3,80
4	4	4	4,00	5	4	4	5	5	4,60
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5,00
3	3	3	3,00	5	4	5	4	4	4,40
4	4	3	3,67	5	5	4	4	4	4,40
2	2	2	2,00	4	4	3	4	4	3,80
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5,00
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5,00
3	3	3	3,00	4	5	5	4	4	4,40
4	3	3	3,33	4	4	3	4	4	3,80
4	4	5	4,33	2	2	1	4	1	2,00
2	2	2	2,00	2	3	1	2	1	1,80

1	1	2	1,33	3	2	2	4	2	2,60
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4,00	5	5	4	3	3	4,00
4	4	3	3,67	4	3	3	3	3	3,20
4	4	3	3,67	4	4	5	5	4	4,40
2	2	2	2,00	4	3	3	4	4	3,60
3	2	2	2,33	2	3	2	3	3	2,60
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	3	3	4	4	3,60
2	2	2	2,00	2	2	2	3	3	2,40
4	3	4	3,67	4	4	3	4	4	3,80
1	1	1	1,00	2	1	2	3	2	2,00
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	3	3	3	4	3	3,20
4	4	3	3,67	4	4	4	4	5	4,20
4	4	4	4,00	5	4	3	5	4	4,20
3	3	3	3,00	2	2	1	3	2	2,00
4	4	4	4,00	4	4	3	4	4	3,80
5	5	4	4,67	5	4	5	4	4	4,40
3	3	4	3,33	4	4	3	4	4	3,80
3	4	4	3,67	4	3	2	4	4	3,40
3	3	3	3,00	4	3	4	4	3	3,60
2	2	2	2,00	2	2	2	3	2	2,20
2	2	4	2,67	4	4	2	4	4	3,60
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
2	2	2	2,00	2	3	1	1	2	1,80
4	4	4	4,00	4	3	3	3	3	3,20
1	2	1	1,33	3	3	1	4	1	2,40
1	2	1	1,33	3	2	2	3	2	2,40
5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5,00
1	1	1	1,00	1	1	1	1	1	1,00
3	3	3	3,00	3	3	2	3	2	2,60
3	3	2	2,67	4	3	3	3	3	3,20
2	2	2	2,00	2	2	2	3	3	2,40
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00
1	1	1	1,00	2	2	2	2	2	2,00
3	3	2	2,67	4	3	3	4	3	3,40
2	1	1	1,33	4	3	3	5	5	4,00

3	3	2	2,67	3	3	3	3	2	2,80
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
4	4	1	3,00	4	4	4	3	4	3,80
5	5	4	4,67	4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4,00	4	5	4	4	4	4,20
4	4	4	4,00	4	5	5	4	4	4,40
4	2	1	2,33	2	2	2	2	2	2,00
4	4	4	4,00	4	5	5	5	4	4,60
2	2	2	2,00	3	3	4	4	3	3,40
4	4	4	4,00	4	3	3	4	4	3,60
4	4	4	4,00	4	5	5	5	4	4,60
4	4	4	4,00	4	5	5	5	4	4,60
3	3	3	3,00	5	5	5	5	4	4,80
4	4	4	4,00	3	4	4	4	3	3,60
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4,00	3	4	2	4	3	3,20
4	4	4	4,00	4	4	4	4	3	3,80
4	5	4	4,33	4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00
4	4	3	3,67	4	4	5	5	5	4,60
4	4	3	3,67	4	4	4	5	5	4,40
4	4	3	3,67	4	5	5	4	4	4,40
3	3	2	2,67	4	4	3	4	4	3,80
4	4	4	4,00	5	4	4	5	5	4,60
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5,00
3	3	3	3,00	5	4	5	4	4	4,40
4	4	3	3,67	5	5	4	4	4	4,40
2	2	2	2,00	4	4	3	4	4	3,80
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5,00
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5,00
3	3	3	3,00	4	5	5	4	4	4,40
4	3	3	3,33	4	4	3	4	4	3,80
4	4	5	4,33	2	2	1	4	1	2,00
2	2	2	2,00	2	3	1	2	1	1,80
1	1	2	1,33	3	2	2	4	2	2,60
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4,00	5	5	4	3	3	4,00

4	4	3	3,67	4	3	3	3	3	3,20
4	4	3	3,67	4	4	5	5	4	4,40
2	2	2	2,00	4	3	3	4	4	3,60
3	2	2	2,33	2	3	2	3	3	2,60
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	4	3	3	4	4	3,60
2	2	2	2,00	2	2	2	3	3	2,40
4	3	4	3,67	4	4	3	4	4	3,80
1	1	1	1,00	2	1	2	3	2	2,00
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00
3	3	3	3,00	3	3	3	4	3	3,20
4	4	3	3,67	4	4	4	4	5	4,20
4	4	4	4,00	5	4	3	5	4	4,20
3	3	3	3,00	2	2	1	3	2	2,00
4	4	4	4,00	4	4	3	4	4	3,80
5	5	4	4,67	5	4	5	4	4	4,40
3	3	4	3,33	4	4	3	4	4	3,80
3	4	4	3,67	4	3	2	4	4	3,40
3	3	3	3,00	4	3	4	4	3	3,60
2	2	2	2,00	2	2	2	3	2	2,20
2	2	4	2,67	4	4	2	4	4	3,60
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
2	2	2	2,00	2	3	1	1	2	1,80
4	4	4	4,00	4	3	3	3	3	3,20
1	2	1	1,33	3	3	1	4	1	2,40
1	2	1	1,33	3	2	2	3	2	2,40
5	5	5	5,00	5	5	5	5	5	5,00
1	1	1	1,00	1	1	1	1	1	1,00
3	3	3	3,00	3	3	2	3	2	2,60
3	3	2	2,67	4	3	3	3	3	3,20
2	2	2	2,00	2	2	2	3	3	2,40
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00
1	1	1	1,00	2	2	2	2	2	2,00
3	3	2	2,67	4	3	3	4	3	3,40
2	1	1	1,33	4	3	3	5	5	4,00
3	3	2	2,67	3	3	3	3	2	2,80
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
4	4	1	3,00	4	4	4	3	4	3,80

5	5	4	4,67	4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4,00	4	5	4	4	4	4,20
4	4	4	4,00	4	5	5	4	4	4,40
4	2	1	2,33	2	2	2	2	2	2,00
4	4	4	4,00	4	5	5	5	4	4,60
2	2	2	2,00	3	3	4	4	3	3,40
4	4	4	4,00	4	3	3	4	4	3,60
4	4	4	4,00	4	5	5	5	4	4,60
4	4	4	4,00	4	5	5	5	4	4,60
3	3	3	3,00	5	5	5	5	4	4,80
4	4	4	4,00	3	4	4	4	3	3,60
3	3	3	3,00	3	3	3	3	3	3,00
4	4	4	4,00	3	4	2	4	3	3,20
4	4	4	4,00	4	4	4	4	3	3,80
4	5	4	4,33	4	4	4	4	4	4,00
4	4	4	4,00	4	4	4	4	4	4,00
4	4	3	3,67	4	4	5	5	5	4,60
4	4	3	3,67	4	4	4	5	5	4,40
4	4	3	3,67	4	5	5	4	4	4,40
3	3	2	2,67	4	4	3	4	4	3,80
4	4	4	4,00	5	4	4	5	5	4,60
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5,00
3	3	3	3,00	5	4	5	4	4	4,40
4	4	3	3,67	5	5	4	4	4	4,40
2	2	2	2,00	4	4	3	4	4	3,80
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5,00
4	4	4	4,00	5	5	5	5	5	5,00
3	3	3	3,00	4	5	5	4	4	4,40

