

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari, 2018, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.
- Aditya Julham Bahar Nugroho, 2015, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Determinasi Produk , word of mourd , dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smarthphone Merek Xiaomi Di Wilayah Tangerang Selatan*, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
- Basu Swasta dan Hani Handoko , 2010, *Manajemen Pemasaran : Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE, Yogyakarta
- Dita Camelia , 2017, *Pengaruh Diferriensiasi Produk, Brand Image dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Centro Ambarukmo Plaza Yogyakarta*, Universitas Yogyakarta
- Ferdinand. August, 2014, *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan SKripsi Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*, Edisi ke 5, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Fandy Tjiptono , 2002, *Strategi Pemasaran , Andy Offset, Yogyakarta Fornel (1992) “ A national Customer Satisfaction Barometer” The Swedish Experience, Journal Marketing*
- Fandy Tjiptono , 2015, *Strategi Pemasaran , Edisi 4, Andi Pubisher, Yogyakarta*

- Ghozali, Imam., 2013, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23, Edisi ke 7, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Kotler, Philip & Garry Armstrong, 2008 Prinsip Pemasaran , Jilid 1 Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller., 2009 Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi ke 13 Jakarta Erlangga
- Kotler & Keller, 2011, Manajemen Pemasaran , Edisi ke 14 Jakarta : indeks
- Kotler, Philip & Garry Armstrong, 2012, Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1
- Putu Anita Fransiska dan Ni Ketut Seminari, 2018, Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Niat Beli Honda PCX 150, E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, no 7, 2018 : 3797-3826 ISSN : 2302-8912
- Rennyta Yusiana dan Rifaatul Maulida, 2015, Pengaruh Gita Gutawa Sebagai Brand Ambassador Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian, ISSN : 2355-0295, Universitas Telkom
- Risky Desty Wulandari dan Donant Alanto Iskandar , 2018, Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Viva Kosmetik, Jurnal Riset Manajemen Pemasaran , ISSN 2527-7502, Universitas Uniat

- Rosvita . 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Pembelian Ulang Teeh Siap inum Dalam Kemasan Merek teeH Botol Sosro, Skripsi Undip Malang
- Sujar Weni, W, 2015 Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pustaka Baru Pres, Yogyakarta
- Sugiyono, 2016 Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif R&D) Alfabeta Bandung
- Tinarbuko. Sumbo. 2007, Semiotika Iklan Sosial Bagian 1 . Yogyakarta : Jalasutra
- Wahyu Erdalina . 2018. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Citra Hand and Body Lotion Di Pariman , Vol.XII. No.9, Oktober 2018, ISSN 1693-2617

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

Nomor : 191335 /01/FE/XII/2019
Lampiran : -
Perihal : *Ijin Penelitian dan Pengambilan Data*

Surabaya, 18 Desember 2019

Kepada Yth:
Kaprodin Manajemen
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Surabaya
di-
Surabaya

Memperhatikan Surat Saudara tanggal 12 Desember 2019, perihal pengambilan data untuk Skripsi dengan ini kami sampaikan pada dasarnya kami tidak keberatan dan memberikan ijin Kepada mahasiswa di bawah ini :

Nama : Nur Aisah
No. Reg : 161500261
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh daya tarik Iklan, Citra Merek dan kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Prooduk Pond.s pada Mahasiswa Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/ Ibu kami sampaikan terima kasih.


Dekan,
Dra. Siti Istikhroh, M.Si
NIP. 19671019.199203.2001

Lampiran 2. Berita Acara Ujian Proposal Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini _____ tanggal _____ bulan _____ tahun _____ bertempat di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap *) Tahun Akademik 20 ____/20 ____

Nama Mahasiswa	: Nur Aisah
NIM	: 161500261
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh Daya Tarik Iklan, Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Peris Pouch Mahasiswa Manajemen

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	161500037	Susi adelia	
2	161500072	Mochamad alnun nazib	
3	161500165	Alby permata putra	
4	161500152	Reza Ardiansyah	
5	161500134	Fatma Alfi Inandani	
6	161500059	Indah Purwaningsih	
7	161500099	Winda Rizka Wijayanti	
8	161500262	Domy Budi Santoso	
9	161500129	Achmad Muli Raharjo	
10	161500099	SOPYAN HADI	
11	161500156	Bagus Wahyudi Putra	
12	161500163	Uswatun Chasanah	
13	161500136	Udinia PRC	
14	161500060	M. Alvin Satrio A.	
15	161600225	Ismata Faraditasoni	

Surabaya, 27 Desember 2019

Penguji :

Pembimbing :




Titi Aniprubowo, S.E., M.M.

Lampiran 3. Kartu Bimbingan Skripsi

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Nur Aisah
2. Nim : 161500261
3. Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Iklan, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond's Pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
4. Dosen Pembimbing : 1. Dr. Untung Lasiyono, S.E., M.Si
2. Tri Aripriabowo, S.E., M.Si
5. Konsultasi :

1	10 oktober 2019	Judul skripsi	ACC	Paraf
2	28 oktober 2019	Bab I	Revisi	
3	30 oktober 2019	Bab I	Revisi	
4	12 november 2019	Bab I, Bab II dan Bab III	Revisi	
5	19 november 2019	Bab I, Bab II dan Bab III	ACC	
6	26 november 2019	Bab II dan Bab III	Revisi	
7	3 desember 2019	Bab II dan Bab III	ACC	
8	20 desember 2019	Kuisisioner	Revisi	
9	23 desember 2019	Kuisisioner	ACC	
10	27 desember 2019	Seminar Proposal		

11	20 Mei 2020	Bab IV dan Bab V (Online)	Revisi	
12	1 Juni 2020	Bab IV dan Bab V (Online)	ACC	
13	5 juni 2020	Artikel	ACC	

6. Tanggal Selesai Menulis Skripsi : 01 Juni 2020
7. Telah Diuji Dengan Nilai :

Surabaya, 13 Juli 2020
Dosen Pembimbing

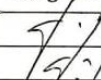
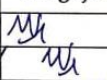

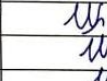
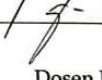
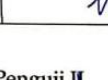

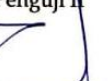
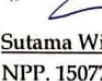
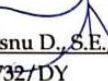


Dr. Untung Lasiyono, S.E., M.si
NIP : 9102331/DY

Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi

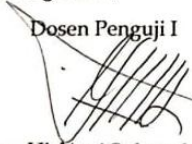
BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nur Aisah
NIM : 161500261
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Iklan, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pond's Pada Mahasiswa Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Dosen Penguji : 1. Dra. Hj. Yuni Sukamdani, S.E., M.M.
2. Sutama Wisnu D., S.E., M.M.

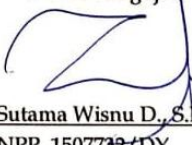
No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji I	Penguji II
1	28-07-2020	Bab 1-5		
2	12-08-2020	Bab 1-5		
3	20-08-2020	Bab 1-5		
5	28-08-2020	BAB 2, 3, dan 4		
8	03-09-2020	BAB 2, 3, dan 4		

Mengetahui,

Dosen Penguji I


Dra. Hj. Yuni Sukamdani, S.E., M.M.
NPP. 8611142/DY

Dosen Penguji II


Sutama Wisnu D., S.E., M.M.
NPP. 1507732/DY

Lampiran 5. Kuisisioner Penelitian

A. Data Responden

Sebelum menjawab pernyataan dalam kuisisioner ini, mohon saudara mengisi data berikut terlebih dahulu. Jawaban yang saudara berikan akan diperlakukan secara rahasia.

Lingkari untuk jawaban saudara.

1. Usia :
 - a. 18-20 tahun
 - b. 21-23 tahun
 - c. 24-26 tahun
 - d. >26
2. Angkatan :
 - a. 2016
 - b. 2017
 - c. 2018
 - d. 2019

B. Petunjuk pengisian kuisisioner

Silahkan memberi tanda *checklist* (√) pada kolom yang sesuai penilaian anda. Tidak ada jawaban benar atau salah. Pemilihan kolom mencerminkan penilaian anda dengan criteria sebagai berikut.

Sangat Setuju	: (SS)	: 5
Setuju	: (S)	: 4
Ragu-ragu	: (RR)	: 3
Tidak Setuju	: (TS)	: 2
Sangat Tidak setuju	: (STS)	: 1

DAFTAR KUESIONER

“PENGARUH DAYA TARIK IKLAN, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK POND’S PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA”

A. Daya tarik Iklan (X_1)

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
Daya tarik peran pendukung						
1	Artis bintang iklan produk pond’s adalah artis terkenal dan menarik perhatian					
2	Artis bintang iklan produk pond’s menyampaikan pesan secara konsisten dan sesuai kenyataan					
Tema yang ditampilkan						
3	Pesan dalam iklan produk pond’s alur nya jelas sehingga tertarik untuk memperhatikan					
4	Pesan dalam iklan produk pond’s mudah dipahami					

Gambar yang ditampilkan						
5	Penampilan visual atau gambar pada iklan produk pond's sangat menarik sehingga konsumen tertarik untuk membelinya					
6	Penampilan visual atau gambar pada iklan pond's mudah di ingat sehingga memiliki kesan tersendiri					

B. Citra merek (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
Persepsi konsumen terhadap pengenalan produk						
1	Produk pond's adalah produk yang terkenal					
2	Produk yang dikenal oleh semua masyarakat adalah produk pond's					
Persepsi konsumen terhadap kualitas produk						
3	Produk pond's dapat memberikan kenyamanan bagi pemakainya					
4	Produk pond's sudah sesuai dengan kualitas					

	yang sudah ditawarkan					
Persepsi konsumen terhadap ukuran						
5	Body atau ukuran produk pond's menarik perhatian					
6	Produk pond's sangatlah mudah untuk dibawa kemana-mana					
Persepsi konsumen terhadap daya tahan						
7	Kandungan yang digunakan dalam produk pond's dapat bertahan lama					
8	Produk pond's dapat digunakan lebih dari 1 tahun					
Persepsi konsumen terhadap desain						
9	Desain produk pond's sangatlah menarik dan praktis untuk dibawa					
10	Produk pond's memiliki model kemasan yang sesuai dengan keinginan konsumen					

Persepsi konsumen terhadap harga						
11	Produk pond's memiliki harga yang terjangkau untuk semua kalangan masyarakat					
12	Harga produk pond's dapat bersaing dengan produk merek lain					
Persepsi konsumen terhadap lokasi						
13	Produk pond's banyak di jumpai diseluruh Indonesia					
14	Produk pond's sangat mudah dijumpai oleh konsumen di wilayah terpencil (plosok)					

C. Kualitas produk (X₃)

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
Daya tahan produk						
1	Pemakaian produk pond's dapat bertahan hingga 12 jam					

2	Jangka waktu kadaluwarsa produk pond's relatife lama sehingga bisa digunakan dalam jangka panjang					
Kinerja produk						
3	Setelah menggunakan produk pond's wajah semakin putih dan bersinar					
4	Setelah memakai produk pond's dapat mencegah timbulnya jerawat pada wajah					
Kehandalan produk						
5	Produk pond's yang dijual di toko-toko kemasannya tidak cacat					
6	Produk pond's yang dijual di toko isinya tidak mudah mencair					

D. Keputusan pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
Pemilihan merek						
1	Produk pond's mempunyai merek yang					

	terlindungi					
2	Produk pond's mempunyai macam-macam merk yang hits saat ini					
Pemilihan penyalur						
3	Terdapat penyalur produk pond's					
4	Penyalur produk pond's ramah					
Jumlah pembelian						
5	konsumen membeli produk pond's lebih dari satu					
6	Banyak macam produk pond's memberikan nilai lebih untuk menarik customer lebih dari satu dalam melakukan pembelian					
Metode pembayaran						
7	Dapat dibeli secara tunai					
8	Dapat dibeli secara kredit					

Lampiran 6. Hasil Olah Data SPSS

1. Uji Validitas Variabel Daya Tarik Iklan (X1)

		Correlations						
		DTP_PENDUKUN G1	DTP_PENDU KLING2	TEMA_DITAM PILKAN1	TEMA_DITAM PILKAN2	PENAMPILAN VISUAL1	PENAMPILAN VISUAL2	DAYA_TARIK IKLAN
DTP_PENDUKU NG1	Pearson Correlation	1	.512 ^{**}	.291 [*]	.218 [*]	.294 [*]	.245 [*]	.541 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.027	.003	.013	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
DTP_PENDUKU NG2	Pearson Correlation	.512 ^{**}	1	.351 ^{**}	.268 [*]	.275 [*]	.237 [*]	.665 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.005	.017	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
TEMA_DITAMPI UKAN1	Pearson Correlation	.291 [*]	.351 ^{**}	1	.510 ^{**}	.440 ^{**}	.293 [*]	.734 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.000	.003	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
TEMA_DITAMPI UKAN2	Pearson Correlation	.218 [*]	.268 [*]	.510 ^{**}	1	.341 ^{**}	.108	.622 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.027	.007	.000		.000	.282	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
PENAMPILAN_V ISUAL1	Pearson Correlation	.294 [*]	.275 [*]	.440 ^{**}	.341 ^{**}	1	.458 ^{**}	.731 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.003	.005	.000	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
PENAMPILAN_V ISUAL2	Pearson Correlation	.245 [*]	.237 [*]	.293 [*]	.108	.458 ^{**}	1	.588 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.013	.017	.003	.282	.000		.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
DAYA_TARIK_IK LAN	Pearson Correlation	.541 ^{**}	.665 ^{**}	.734 ^{**}	.622 ^{**}	.731 ^{**}	.588 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102	102	102

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

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

2. Uji Validitas Variabel Daya Citra Merk (X2)

		Correlations															
		PRT_PURO DUK1	PRT_PURO DUK2	PRT_QUALIT AS_P1	PRT_QUALIT AS_P2	PRT_UGUR AN1	PRT_UGUR AN2	PRT_DAYATA HAN1	PRT_DAYATA HAN2	PRT_DES AN1	PRT_DES AN2	PRT_HAR GA1	PRT_HAR GA2	PRT_LOKI AS1	PRT_LOKI AS2	OTRA_M ERK	
PRT_PURO DUK1	Pass on Sig N	1 .000 102	1.000 .000 102	1.000 .000 102	.511** .000 102	-.211** .000 102	.254** .000 102	.200 .000 102	.222 .016 102	.236** .009 102	-.165 .000 102	.291** .000 102	.201** .000 102	.090 .000 102	-.145 .130 101	.591** .000 102	
PRT_PURO DUK2	Pass on Sig N	1.000 .000 102	1	1.000 .000 102	.511** .000 102	-.211** .000 102	.254** .000 102	.200 .000 102	.222 .016 102	.236** .009 102	-.165 .000 102	.291** .000 102	.201** .000 102	.090 .000 102	-.145 .130 101	.591** .000 102	
PRT_QUALIT AS_P1	Pass on Sig N	1.000 .000 102	1.000 .000 102	1	.511** .000 102	-.211** .000 102	.254** .000 102	.200 .000 102	.222 .016 102	.236** .009 102	-.165 .000 102	.291** .000 102	.201** .000 102	.090 .000 102	-.145 .130 101	.591** .000 102	
PRT_QUALIT AS_P2	Pass on Sig N	.511** .000 102	.511** .000 102	.511** .000 102	1	.375** .000 102	.404** .000 102	.106 .000 102	-.102 .001 102	-.120 .196 102	-.142 .000 102	.222** .000 102	-.134 .180 102	.061 .540 101	-.081 .261 101	.492** .000 102	
PRT_UGUR AN1	Pass on Sig N	-.211** .029 102	-.211** .029 102	-.211** .029 102	.375** .000 102	1	.531** .000 102	.265** .001 102	-.172 .081 102	-.174 .079 102	-.110 .226 102	.082 .539 102	-.016 .824 102	-.010 .921 102	-.071 .440 101	.405** .000 102	
PRT_UGUR AN2	Pass on Sig N	.254** .004 102	.254** .004 102	.254** .004 102	.404** .000 102	.531** .000 102	1	.247** .000 102	.222** .001 102	-.170 .089 102	-.110 .226 102	.265** .000 102	.214 .001 102	.219 .001 102	-.094 .226 101	.345** .000 102	
PRT_DAYATA HAN1	Pass on Sig N	.200 .044 102	.200 .044 102	.200 .044 102	.106 .281 102	.265** .001 102	.247** .000 102	1	.554** .000 102	.406** .000 102	.380** .000 102	-.176 .074 102	-.145 .000 102	.271** .000 102	.245 .012 102	.346** .000 102	
PRT_DAYATA HAN2	Pass on Sig N	.222 .016 102	.222 .016 102	.222 .016 102	.102 .001 102	.172 .081 102	.265** .000 102	.554** .000 102	1	.424** .000 102	.391** .000 102	.380** .000 102	.264** .000 102	.266** .000 102	.354** .000 102	.514** .000 102	
PRT_DESAIN 1	Pass on Sig N	.236** .000 102	.236** .000 102	.236** .000 102	-.120 .190 102	-.174 .079 102	-.170 .080 102	.406** .000 102	.424** .000 102	1	.672** .000 102	.248** .000 102	.102 .308 102	.229 .016 102	-.161 .096 101	.551** .000 102	
PRT_DESAIN 2	Pass on Sig N	.165 .090 102	.165 .090 102	.165 .090 102	-.142 .156 102	-.110 .290 102	-.110 .290 102	.265** .000 102	.291** .000 102	.672** .000 102	1	.226** .000 102	.155 .000 102	.214** .000 102	-.260** .000 101	.565** .000 102	
PRT_HARGA 1	Pass on Sig N	.291** .002 102	.291** .002 102	.291** .002 102	.222** .021 102	.062 .832 102	.265** .001 102	-.170 .074 102	.265** .000 102	.380** .000 102	.248** .000 102	1	.670** .000 102	.402** .000 102	.231** .000 101	.621** .000 102	
PRT_HARGA 2	Pass on Sig N	.201** .026 102	.201** .026 102	.201** .026 102	.134 .180 102	-.010 .654 102	-.214** .001 102	-.140 .140 102	.294** .000 102	-.102 .309 102	-.180 .000 102	.670** .000 102	1	.591** .000 102	.254** .000 101	.552** .000 102	
PRT_LOKAS 1	Pass on Sig N	.090 .334 102	.090 .334 102	.090 .334 102	.061 .540 102	-.010 .921 102	-.211** .001 102	.271** .000 102	.286** .000 102	.229** .016 102	.274** .000 102	.402** .000 102	.291** .000 102	1	.530** .000 101	.522** .000 102	
PRT_LOKAS 2	Pass on Sig N	-.145 .130 101	-.145 .130 101	-.145 .130 101	-.081 .281 101	-.071 .440 101	.090 .226 101	.245** .012 101	.294** .000 102	-.165 .096 102	-.260** .000 102	.291** .000 102	.254** .000 102	.530** .000 101	1	.426** .000 102	
OTRA_MERK ERK	Pass on Sig N	.591** .000 102	.591** .000 102	.591** .000 102	.492** .000 102	.405** .000 102	.345** .000 102	.346** .000 102	.514** .000 102	.551** .000 102	-.269** .000 102	.621** .000 102	.252** .000 102	.222** .000 102	.492** .000 101	1	

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

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

3. Uji Validitas Variabel Daya Kualitas Produk (X3)

		Correlations						
		DT_PRODUK1	DT_PRODUK2	KINERJA_PRODUK1	KINERJA_PRODUK2	KEMANDALAN_PRODUK1	KEMANDALAN_PRODUK2	KUALITAS_PRODUK
DT_PRODUK1	Pearson Correlation	1	-.310*	-.210*	-.315*	-.054	-.239*	-.631**
	Sig. (2-tailed)		.000	.034	.001	.592	.019	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
DT_PRODUK2	Pearson Correlation	-.310*	1	-.210*	-.239*	-.039	-.150	-.592**
	Sig. (2-tailed)	.000		.032	.016	.694	.132	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
KINERJA_PRODUK1	Pearson Correlation	-.210*	-.210*	1	-.180	-.036	-.169	-.508**
	Sig. (2-tailed)	.034	.032		.071	.581	.030	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
KINERJA_PRODUK2	Pearson Correlation	-.315*	-.239*	-.180	1	-.374*	-.333*	-.677**
	Sig. (2-tailed)	.001	.016	.071		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
KEMANDALAN_PRODUK1	Pearson Correlation	-.054	-.039	-.036	-.374*	1	-.456*	-.860**
	Sig. (2-tailed)	.592	.694	.581	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
KEMANDALAN_PRODUK2	Pearson Correlation	-.239*	-.150	-.169	-.333*	-.456*	1	-.654**
	Sig. (2-tailed)	.016	.132	.030	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102	102	102	102
KUALITAS_PRODUK	Pearson Correlation	-.631**	-.592**	-.508**	-.677**	-.860**	-.654**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102	102	102

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

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

4. Uji Validitas Variabel Daya Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations								
		PEMULHAN_LPE R01	PEMULHAN_LPE R02	PEMULHAN_LPE NYALUR1	PEMULHAN_LPE NYALUR2	JUMLAH_PEMDI EJIAN1	JUMLAH_PEMDI EJIAN2	METODE_PEM BAYARAN1	METODE_PEM BAYARAN2	KEPUTUSAN_LP REVISI_EJIAN_Y
PEMULHAN_LPE01	Person Correlation		.116	.122	-.054	.056	.158	.033	.058	.321**
	Sig. (2-tailed)		.348	.235	.454	.391	.058	.742	.621	.001
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
PEMULHAN_LPE02	Person Correlation	.116	1	.121	-.210*	.128	.153	-.008	.162	.358*
	Sig. (2-tailed)			.348	.001	.308	.124	.981	.104	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
PEMULHAN_LPE03	Person Correlation	.122	.121	1	-.424*	.281**	.244	.402*	.231*	.514*
	Sig. (2-tailed)				.000	.000	.014	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
PEMULHAN_LPE04	Person Correlation	.054	-.210*	-.424*	1	-.512*	.512*	.474*	.259*	.728**
	Sig. (2-tailed)					.000	.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
JUMLAH_PEMDI01	Person Correlation	.056	.128	.281**	-.512*	1	.562*	.585*	.204*	.707**
	Sig. (2-tailed)				.000		.000	.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
JUMLAH_PEMDI02	Person Correlation	.153	.153	.344	.512*	.562*	1	.458*	.383*	.722**
	Sig. (2-tailed)				.000	.000		.000	.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
METODE_PEMBAYARAN1	Person Correlation	.033	-.008	.402*	-.474*	.585*	.458*	1	.270*	.831**
	Sig. (2-tailed)				.000	.000	.000		.000	.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
METODE_PEMBAYARAN2	Person Correlation	.058	.162	.231*	.259*	.204*	.383*	.270*	1	.842**
	Sig. (2-tailed)				.000	.000	.000	.000		.000
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102
KEPUTUSAN_LPE01	Person Correlation	.321**	.358*	.514*	.728**	.707**	.722**	.831**	.842**	1
	Sig. (2-tailed)				.000	.000	.000	.000	.000	
	N	102	102	102	102	102	102	102	102	102

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

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

5. Uji Reliabilitas Variabel Daya Tarik Iklan (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	102	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	102	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.765	7

6. Uji Reliabilitas Variabel Citra Merk (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	101	99.0
	Excluded ^a	1	1.0
	Total	102	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.746	15

7. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk(X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	102	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	102	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.741	7

8. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	102	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	102	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.742	9

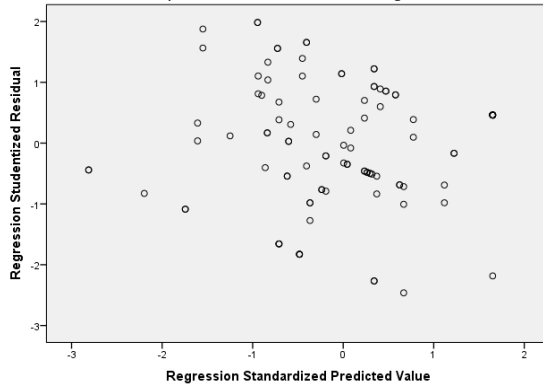
9. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.68076523
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.070
	Negative	-.090
Kolmogorov-Smirnov Z		.910
Asymp. Sig. (2-tailed)		.379

a. Test distribution is Normal.

10. Uji Heteroskedastisitas



11. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	32.183	6.025		5.341	.000		
	x1	.163	.128	.128	1.665	.027	.980	1.021
	x2	.406	.606	.700	1.983	.049	.968	1.033
	x3	.707	.149	.502	1.711	.038	.973	1.028

a. Dependent Variable: y

12. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.814 ^a	.622	.608	1.72149	2.025

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

13. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.183	6.025		5.341	.000
	x1	.163	.128	.128	1.665	.027
	x2	.406	.606	.700	1.983	.049
	x3	.707	.149	.502	1.711	.038

a. Dependent Variable: y

14. Uji Korelasi Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814 ^a	.622	.608	1.72149

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

15. Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32.183	6.025		5.341	.000
	x1	.163	.128	.128	1.665	.027
	x2	.406	.606	.700	1.983	.049
	x3	.707	.149	.502	1.711	.038

a. Dependent Variable: y

16. Uji Anova (Uji F)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.477	3	5.492	2.74	.035 ^a
	Residual	725.837	98	7.406		
	Total	742.314	101			

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variable: y

Lampiran 7. Tabulasi Data

1. Daya Tarik Iklan (X1)

No Responden	Pernyataan					
	1	2	3	4	5	6
1	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5
3	5	5	4	4	4	5
4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	4	4	5	5
7	5	4	5	4	5	5
8	5	4	5	4	5	5
9	5	5	4	4	2	4
10	5	5	4	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5
12	5	4	5	5	5	5
13	5	5	5	4	5	4
14	5	5	5	4	5	5
15	4	5	5	5	4	5
16	4	4	4	4	4	5
17	5	4	5	5	5	4
18	5	5	5	5	5	4
19	5	5	5	5	5	5
20	5	4	4	5	4	4
21	5	5	4	4	4	5
22	5	5	5	4	5	5
23	5	5	4	5	4	4
24	5	5	4	4	5	4
25	5	5	5	5	5	4
26	5	5	5	5	5	5
27	5	4	5	5	5	4

28	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5
30	5	5	5	4	4	5
31	5	5	5	4	5	4
32	5	5	5	5	5	5
33	5	4	4	4	5	5
34	5	5	5	5	4	4
35	5	5	5	4	4	5
36	4	4	5	4	5	5
37	5	5	4	4	4	4
38	5	5	5	5	4	5
39	5	5	4	4	5	5
40	5	5	5	5	5	4
41	5	5	5	5	5	4
42	4	4	4	4	5	5
43	4	4	4	4	4	4
44	5	5	4	4	5	5
45	4	4	4	4	4	4
46	4	5	5	5	4	4
47	4	5	5	4	4	4
48	5	5	4	4	5	4
49	4	4	4	4	4	4
50	5	5	5	5	5	5
51	4	4	4	4	4	4
52	4	4	3	4	3	4
53	4	4	5	5	5	4
54	4	4	4	4	4	4
55	5	4	5	4	4	4
56	5	5	4	5	5	4
57	4	4	4	5	4	4
58	5	5	5	5	5	5
59	4	4	4	4	5	4

60	5	5	4	4	5	5
61	5	5	5	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4
63	5	4	4	5	4	4
64	4	4	5	4	4	5
65	5	5	4	5	4	4
66	4	4	4	4	4	4
67	5	5	4	4	4	4
68	4	4	5	5	4	4
69	4	4	4	4	4	5
70	5	5	4	4	5	4
71	4	4	5	5	4	4
72	5	5	5	4	4	4
73	4	4	4	4	4	4
74	4	5	4	5	4	4
75	4	4	4	4	5	5
76	5	5	5	4	4	4
77	4	4	4	4	3	3
78	4	4	4	4	4	5
79	5	5	5	5	5	5
80	4	4	4	4	4	4
81	5	5	5	4	4	5
82	5	5	5	5	4	4
83	4	5	4	4	5	4
84	4	4	4	4	4	4
85	5	4	4	4	4	4
86	5	4	4	5	4	4
87	5	5	4	4	4	4
88	5	4	3	3	3	4
89	4	5	5	5	5	5
90	5	5	4	4	5	5
91	5	5	4	4	4	4

92	5	5	4	4	4	4
93	4	4	4	4	5	5
94	4	4	4	3	3	4
95	5	5	4	5	4	5
96	4	4	4	4	4	4
97	5	5	5	5	5	5
98	4	4	3	3	4	4
99	5	5	4	4	4	5
100	4	4	4	5	4	4
101	5	5	4	4	4	4
102	5	4	4	4	4	5

28	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
29	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
31	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
32	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
34	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
35	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
36	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
37	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
38	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
54	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
55	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
56	5	5	5	5	4	5	4	3	3	3	5	5	5	4
57	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
58	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	5

60	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
63	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
64	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
67	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5
75	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
78	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
81	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
86	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
87	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
88	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4

92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	5
97	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
101	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
102	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4

3. Kualitas Produk (X3)

No Responden	Pernyataan					
	1	2	3	4	5	6
1	4	5	4	4	5	4
2	4	4	5	5	5	4
3	4	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	5
5	5	4	5	5	4	5
6	5	5	4	5	5	4
7	4	4	4	5	5	5
8	5	5	5	5	4	4
9	4	4	5	5	5	5
10	4	4	5	5	5	5
11	5	4	5	5	4	4
12	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	4	4	4
14	5	5	5	5	5	5
15	5	4	4	5	5	5
16	5	5	4	5	5	5

17	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5
19	4	5	5	5	5	5
20	4	4	5	5	5	5
21	5	5	5	4	4	4
22	5	4	5	4	5	5
23	5	4	5	4	5	5
24	5	4	5	5	5	5
25	5	5	4	5	4	5
26	5	5	5	5	4	4
27	5	5	5	5	5	5
28	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	4	4	4
30	5	5	5	5	5	5
31	4	3	4	4	4	4
32	5	5	5	4	5	5
33	5	4	5	5	4	4
34	5	5	4	5	4	5
35	5	4	5	4	4	5

36	5	4	4	4	4	4
37	5	5	5	5	4	4
38	4	4	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	5
40	5	5	4	5	5	5
41	5	5	4	4	4	4
42	4	4	4	5	5	4
43	5	5	5	5	4	5
44	5	5	5	5	4	5
45	4	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	5	5
47	4	4	5	4	3	4
48	4	4	5	5	4	4
49	5	5	4	4	5	4
50	4	4	4	4	5	5
51	5	5	4	5	4	5
52	5	5	5	5	4	5
53	5	5	5	4	4	4
54	4	5	5	5	4	4

55	5	5	5	4	4	5
56	5	5	4	5	4	4
57	5	5	4	5	5	5
58	5	4	4	5	5	4
59	4	5	4	4	4	5
60	4	4	4	4	5	4
61	5	5	4	5	5	5
62	5	5	4	5	4	5
63	5	4	5	5	5	5
64	5	4	4	4	3	4
65	5	5	5	5	4	4
66	4	4	4	4	4	4
67	5	5	4	5	5	5
68	5	5	5	4	4	4
69	5	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4
71	5	4	4	5	5	4
72	4	4	5	4	4	4
73	5	5	4	5	4	4

74	5	5	5	4	4	4
75	5	5	5	4	4	5
76	5	5	4	5	5	5
77	5	5	4	5	4	4
78	5	5	5	4	4	5
79	5	5	5	5	5	4
80	5	5	5	5	5	5
81	4	4	4	4	5	4
82	4	4	4	4	5	4
83	4	4	5	5	4	4
84	4	4	5	5	5	5
85	4	4	5	4	4	4
86	5	5	4	5	5	5
87	4	4	4	4	4	4
88	4	5	4	4	4	4
89	4	4	3	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4
91	5	4	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4	4

93	5	5	5	5	5	5
94	4	4	4	4	4	5
95	5	4	4	4	5	5
96	4	4	4	5	5	5
97	4	4	4	4	4	4
98	5	5	5	5	5	4
99	4	4	4	4	4	5
100	4	5	5	4	5	5
101	4	5	5	4	4	4
102	5	5	5	4	4	4

4. Keputusan Pembelian (Y)

No Responden	Pernyataan							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	5	5	5	5	4	5	5	5
2	4	5	4	4	5	5	4	3
3	5	5	5	5	4	4	5	5
4	5	4	4	3	4	4	4	2
5	5	5	4	4	4	4	4	3
6	4	5	4	5	5	5	4	5
7	4	4	5	5	5	5	5	5
8	5	5	5	5	4	5	5	3
9	4	5	4	4	5	5	5	5
10	5	5	4	4	5	5	5	5
11	4	5	5	5	5	4	5	5
12	4	4	4	4	5	3	5	2
13	5	4	5	5	5	5	5	5
14	4	5	4	5	5	4	5	4
15	5	5	4	4	5	5	4	5
16	4	5	4	5	5	4	5	5
17	5	4	5	5	5	5	5	5
18	5	5	4	4	4	4	4	3
19	4	5	5	5	4	4	4	3
20	4	5	5	5	4	4	5	3
21	4	4	5	5	5	5	5	4
22	5	4	5	5	5	5	5	5

23	4	5	4	4	5	5	5	4
24	5	5	4	4	4	4	4	2
25	5	5	5	5	5	5	4	4
26	5	5	4	4	5	5	4	5
27	5	4	5	5	4	4	4	2
28	4	4	4	4	5	5	5	4
29	5	5	5	5	5	5	5	4
30	4	5	5	5	5	5	5	5
31	5	5	5	5	5	4	4	4
32	5	5	4	4	4	4	4	3
33	5	5	5	4	4	4	5	5
34	5	5	5	4	4	4	4	3
35	5	4	4	5	5	5	5	3
36	5	4	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	4	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5	4
39	5	4	5	5	5	5	5	5
40	5	4	5	4	4	4	4	4
41	5	5	5	5	5	5	5	5
42	4	4	5	4	5	5	5	5
43	5	5	3	5	5	5	4	5
44	5	5	5	5	5	5	4	5
45	4	4	5	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	5	5	5	4
47	5	4	4	4	5	5	4	4

48	5	4	5	5	5	4	5	3
49	4	4	4	4	4	4	4	2
50	5	5	4	5	5	5	4	3
51	4	4	4	4	4	4	4	4
52	5	5	5	5	5	5	5	3
53	5	4	5	4	5	5	5	2
54	5	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	3
56	5	4	5	4	5	5	5	5
57	4	5	5	5	4	5	4	4
58	5	5	5	4	4	3	4	4
59	5	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	4	4	3	4	4	4
61	5	5	5	5	5	5	5	4
62	4	4	4	4	4	3	5	3
63	5	5	4	5	4	5	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4
65	5	4	5	4	4	5	4	4
66	4	4	5	4	4	5	5	4
67	5	4	3	4	4	5	5	3
68	5	5	5	4	5	4	4	4
69	5	4	5	4	5	5	5	5
70	4	4	5	4	5	4	5	5
71	4	5	5	5	5	5	5	5
72	5	5	5	5	5	5	5	5

73	4	5	4	5	4	5	4	5
74	5	5	4	5	5	5	5	3
75	5	5	5	4	4	5	5	4
76	4	5	5	5	5	5	4	3
77	5	4	5	4	4	4	4	4
78	5	5	4	4	4	4	4	4
79	5	5	5	5	5	5	5	4
80	4	5	5	4	4	4	4	4
81	5	4	4	5	5	5	5	3
82	4	5	5	5	5	5	5	3
83	4	4	5	5	5	5	5	4
84	5	4	4	4	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4	3
86	5	5	5	5	5	5	5	4
87	4	5	4	4	4	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5
89	4	5	4	4	4	4	4	4
90	5	5	5	4	4	4	4	4
91	5	4	4	5	5	5	5	5
92	4	5	5	5	5	5	5	5
93	4	4	4	4	4	4	4	4
94	5	4	4	4	4	4	4	4
95	5	5	4	4	4	4	4	4
96	4	5	5	5	5	5	5	4
97	4	4	5	5	5	5	5	3

98	5	5	5	5	5	5	5	5
99	4	5	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	3
101	4	4	4	4	4	4	4	4
102	4	4	4	4	4	4	4	4