

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyanti, S., & Rasmikayati, E. (2017). Studi Strategi Pemasaran Terbaik Berdasarkan Perilaku Konsumen Dalam Menghadapi Persaingan Antar Kedai Kopi di Jatinangor. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 4(3), 480–497.
- Amanda, L. C., & Suprihhadi, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Sosial Media, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cafe Babeh Street Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7, 1–15.
- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik kopi Indonesia (Vol. 7). Badan Pusat Statistik.
- Fahmi, M., Arif, M., Farisi, S. & Purnama, N.I. 2020. Peran Brand Image dalam Memediasi Pengaruh Social Media Marketing terhadap Repeat Purchase pada Fast-Food Restaurant di Kota Medan.
- Gunelius, S. (2011). 30-minute social media marketing. United States: McGraw-Hill Companies.
- Instagram.com/774 Hub. (2023)
- Kurniawan, R., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu merk Fladeo di basko Grand Mall Padang. *Jurnal Ekonomi*, 1-11.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke-12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Prinsip-prinsip pemasaran (Edisi ke-13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Mandey, L. Silvy. (2009). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Vol. 6, No. 1, hal. 92–100. ISSN 0852-8144.

- Meldarianda, Resti dan Henky Lisan. 2010. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Bandung. JBE Vol 17 No.2. Hal 97-107.
- NapoleonCat. (2023, December). Instagram users in Indonesia. Retrieved from <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2023/12/>
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pratiwi, N.M., & Yasa, N.N. (2019). THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE, SOCIAL MEDIA MARKETING, AND LIFESTYLE ON PURCHASE DECISIONS ON CONSUMERS OF THE ALLEYWAY CAFE. European journal of management.
- Schiffman, Leon, Kanuk, Leslie Lazar and Wisenblit, Joseph. 2013. Consumer Behaviour. 10 Edition, Prentice Hall.
- Scott, B. (2006). Scottish café society: contemporary consumption issues and lifestyle identities. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 18(1), 60-68.
- Sugiyono (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Vicky. (2019). Pengaruh Food Quality, Brand Image, Store Atmosphere Terhadap Purchase Decision Pada Cafe Calibre. Agora , 7 (No. 2).
- Wijaya, D. N., Sunarti., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Starbucks, Kota Malang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 55, No. 2, pp. 75-83.

LAMPIRAN

Kuisisioner Penelitian :

Bagian 1

Kuisisioner Penelitian Skripsi : "Pengaruh Sosial Media Marketing, *Life Style* dan *Store Atmosphere* terhadap *Purchase Decision* (Studi Kasus : *Coffee Shop 774 Hub Yogyakarta*)"

Perkenalkan, saya Andika Herawan merupakan mahasiswa tingkat akhir Program Studi Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam rangka memenuhi kebutuhan penelitian tugas akhir, survei ini difokuskan pada eksplorasi dampak tiga faktor utama dalam dunia pemasaran, yaitu Sosial Media Marketing, *Lifestyle*, dan *Store Atmosphere*, terhadap keputusan pembelian di Coffee Shop 774 Hub Yogyakarta.

Instruksi:

Mohon luangkan waktu sejenak untuk menjawab setiap pertanyaan dengan jujur dan seobjektif mungkin. Tanggapan Anda sangat berharga dan akan membantu saya dalam memahami dinamika konsumen di Coffee Shop 774 Hub Yogyakarta.

Tujuan Penelitian:

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang bagaimana kehadiran di media sosial, gaya hidup, dan atmosfer toko pada Coffee Shop 774 Hub dapat mempengaruhi keputusan pembelian para pelanggan.

Kerahasiaan:

Seluruh informasi yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian ini. Identitas pribadi Anda akan tetap anonim.

Sekian dari saya, terimakasih atas ketersediaan responden untuk membantu kelancaran penelitian ini.

Bagian 2

Lanjut ke Bagian Selanjutnya

Apakah Anda mengetahui tentang Coffee Shop 774 Hub? *

- ☐ Ya
☐ Tidak

Bagian 3

Lanjut ke Bagian Selanjutnya

Apakah Anda pernah melakukan transaksi pembelian atau mengonsumsi produk dari Coffee Shop 774 Hub selama 1 tahun terakhir? *

- ☐ Ya
☐ Tidak

Bagian 4

Lanjut ke Bagian Selanjutnya

Apakah Anda mengikuti (follow) akun instagram Coffee Shop 774 Hub, yaitu @774.hub ? *

- ☐ Ya
☐ Tidak

Bagian 5

Data Demografi Responden

Status Responden *

☐ Pelajar

☐ Mahasiswa

☐ Pekerja

☐ Yang lain: _____

Jenis Kelamin *

☐ Laki-Laki

☐ Perempuan

Usia Anda *

☐ 15 - 18 tahun

☐ 19 - 22 tahun

☐ 23 - 26 tahun

☐ >26 tahun

Bagian 6

Pernyataan Terkait Store Atmosphere *

	STS	TS	N	S	SS
Saya merasa bangunan Coffee Shop 774 ini tampak menarik.	☐	☐	☐	☐	☐
Menurut saya, suasana di lingkungan Coffee Shop 774 ini sangat menarik dan nyaman.	☐	☐	☐	☐	☐
Kebersihan di Coffee Shop 774 sangat terjaga.	☐	☐	☐	☐	☐
Playlist Musik di Coffee Shop 774 sangat nyaman.	☐	☐	☐	☐	☐
Fasilitas di Coffee Shop 774 ini memadai.	☐	☐	☐	☐	☐
Tata letak meja dan tempat duduk di Coffee Shop 774 Hub ini sangat efisien dan nyaman.	☐	☐	☐	☐	☐
Pencahayaannya di Coffee Shop 774 Hub ini menciptakan suasana yang nyaman dan hangat.	☐	☐	☐	☐	☐
Coffee Shop 774 Hub ini memberikan pengalaman yang berbeda dari tempat lain.	☐	☐	☐	☐	☐

Bagian 7

Pertanyaan Terkait Life Style *

	STS	TS	N	S	SS
Konsep gaya hidup saya sehari-hari cocok dengan konsep yang ditawarkan oleh Coffee Shop 774 Hub ini.	☐	☐	☐	☐	☐
Coffee Shop 774 Hub memiliki suasana dan produk yang sesuai dengan lifestyle sehari-hari saya	☐	☐	☐	☐	☐
Saya memilih Coffee Shop 774 Hub berdasarkan rekomendasi dari teman atau kelompok sebagai referensi	☐	☐	☐	☐	☐
Produk dan atmosfer di Coffee Shop 774 Hub ini merefleksikan siapa saya sebagai individu.	☐	☐	☐	☐	☐
Harga produk di Coffee Shop 774 Hub sangat terjangkau	☐	☐	☐	☐	☐
Saya cenderung memilih Coffee Shop 774 karena populer di kalangan teman atau kelompok referensi saya	☐	☐	☐	☐	☐
Saya menyukai produk-produk yang ditawarkan oleh Coffee Shop 774 Hub	☐	☐	☐	☐	☐
Saya datang ke Coffee Shop 774 Hub untuk menghabiskan waktu luang	☐	☐	☐	☐	☐

Bagian 8

Pertanyaan Terkait Social Media Marketing *

	STS	TS	N	S	SS						
Coffee Shop 774 Hub sering memposting dan memperbarui konten di platform sosial media.	☐	☐	☐	☐	☐	Konten yang diunggah oleh Coffee Shop 774 Hub selalu berkaitan dengan produk dan promosi yang ditawarkan.	☐	☐	☐	☐	☐
Coffee Shop 774 Hub aktif di berbagai platform sosial media, tidak hanya Instagram.	☐	☐	☐	☐	☐	Konten yang dibagikan oleh Coffee Shop 774 Hub selalu menarik minat saya sebagai audiens.	☐	☐	☐	☐	☐
Coffee Shop 774 Hub secara aktif merespons komentar dan pesan dari pengikut di media sosial.	☐	☐	☐	☐	☐	Audiens dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang jelas mengenai produk melalui sosial media Coffee Shop 774 Hub.	☐	☐	☐	☐	☐
Coffee Shop 774 Hub berusaha untuk membangun interaksi yang personal dengan followers di media sosial.	☐	☐	☐	☐	☐	Sosial media membantu saya untuk lebih memahami fitur-fitur dari produk yang ditawarkan oleh Coffee Shop 774 Hub.	☐	☐	☐	☐	☐

Bagian 9

Purchase Decision *

	STS	TS	N	S	SS					
Membeli produk Coffee Shop 774 Hub merupakan keputusan terbaik.	☐	☐	☐	☐	☐	Saya sering merasa memiliki rencana untuk melakukan pembelian saat saya berada di dekat Coffee Shop 774 Hub ini.	☐	☐	☐	☐
Saya akan merekomendasikan produk Coffee Shop 774 Hub ini kepada relasi.	☐	☐	☐	☐	☐	Saya berkeyakinan bahwa produk yang ditawarkan oleh Coffee Shop 774 Hub ini memiliki kualitas yang baik, dan sesuai yang dipromosikan dalam sosial media.	☐	☐	☐	☐
Saya sering mengonsumsi produk Coffee Shop 774 Hub.	☐	☐	☐	☐	☐	Saya tertarik untuk membeli produk dari Coffee Shop 774 Hub atas dasar preferensi ataupun promosi di sosial media.	☐	☐	☐	☐
Saya memiliki pandangan positif terhadap produk dan suasana yang ditawarkan oleh Coffee Shop 774 Hub ini.	☐	☐	☐	☐	☐					
Saya merasa harga produk di Coffee Shop 774 Hub ini sesuai dengan kualitas, baik produk maupun suasana onsite yang diberikan.	☐	☐	☐	☐	☐					

Hasil Uji Validitas

Variabel X1 – Store Atmosphere

Correlations										
		X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	Total X1
X11	Pearson Correlation	1	.429**	.435**	.328**	.239**	.317**	.362**	.244**	.562**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.003	.000	.000	.002	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X12	Pearson Correlation	.429**	1	.388**	.446**	.295**	.553**	.408**	.463**	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X13	Pearson Correlation	.435**	.388**	1	.518**	.619**	.511**	.417**	.551**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X14	Pearson Correlation	.328**	.446**	.518**	1	.554**	.585**	.596**	.547**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X15	Pearson Correlation	.239**	.295**	.619**	.554**	1	.485**	.489**	.424**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X16	Pearson Correlation	.317**	.553**	.511**	.585**	.485**	1	.467**	.521**	.783**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X17	Pearson Correlation	.362**	.408**	.417**	.596**	.489**	.467**	1	.569**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X18	Pearson Correlation	.244**	.463**	.551**	.547**	.424**	.521**	.569**	1	.750**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
Total X1	Pearson Correlation	.562**	.675**	.776**	.782**	.722**	.783**	.735**	.750**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

Variabel X2 – Lifestyle

Correlations										
		X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	Total X2
X21	Pearson Correlation	1	.371**	.324**	.480**	.137	.397**	.423**	.535**	.701**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.093	.000	.000	.000	.000

	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X22	Pearson Correlation	.371**	1	.225**	.435**	.318**	.563**	.431**	.550**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000		.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X23	Pearson Correlation	.324**	.225**	1	.190*	.224**	.294**	.213**	.165*	.484**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005		.019	.005	.000	.008	.042	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X24	Pearson Correlation	.480**	.435**	.190*	1	-.069	.465**	.420**	.638**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.019		.395	.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X25	Pearson Correlation	.137	.318**	.224**	-.069	1	.121	.292**	.075	.358**
	Sig. (2-tailed)	.093	.000	.005	.395		.136	.000	.357	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X26	Pearson Correlation	.397**	.563**	.294**	.465**	.121	1	.463**	.522**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.136		.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X27	Pearson Correlation	.423**	.431**	.213**	.420**	.292**	.463**	1	.488**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.000	.000	.000		.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X28	Pearson Correlation	.535**	.550**	.165*	.638**	.075	.522**	.488**	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.042	.000	.357	.000	.000		.000

	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
Total X2	Pearson Correlation	.701**	.748**	.484**	.716**	.358**	.733**	.693**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

Variabel X3 – Social Media Marketing

Correlations										
		X31	X32	X33	X34	X35	X36	X37	X38	Total X3
X31	Pearson Correlation	1	.283**	.490**	.252**	.324**	.302**	.395**	.516**	.599**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X32	Pearson Correlation	.283**	1	.623**	.452**	.287**	.557**	.483**	.514**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X33	Pearson Correlation	.490**	.623**	1	.398**	.368**	.431**	.546**	.465**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X34	Pearson Correlation	.252**	.452**	.398**	1	.343**	.391**	.514**	.386**	.649**

	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X35	Pearson Correlation	.324**	.287**	.368**	.343**	1	.476**	.545**	.443**	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X36	Pearson Correlation	.302**	.557**	.431**	.391**	.476**	1	.398**	.572**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X37	Pearson Correlation	.395**	.483**	.546**	.514**	.545**	.398**	1	.559**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
X38	Pearson Correlation	.516**	.514**	.465**	.386**	.443**	.572**	.559**	1	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
Total X3	Pearson Correlation	.599**	.764**	.761**	.649**	.649**	.741**	.761**	.781**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

Variabel Y – Purchase Decision

Correlations										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Total Y
Y1	Pearson Correlation	1	.460**	.673**	.568**	.392**	.605**	.442**	.535**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
Y2	Pearson Correlation	.460**	1	.559**	.517**	.363**	.475**	.448**	.453**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
Y3	Pearson Correlation	.673**	.559**	1	.537**	.327**	.545**	.352**	.501**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
Y4	Pearson Correlation	.568**	.517**	.537**	1	.428**	.508**	.405**	.516**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
Y5	Pearson Correlation	.392**	.363**	.327**	.428**	1	.289**	.579**	.280**	.596**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
Y6	Pearson Correlation	.605**	.475**	.545**	.508**	.289**	1	.432**	.589**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
Y7	Pearson Correlation	.442**	.448**	.352**	.405**	.579**	.432**	1	.409**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000

	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
Y8	Pearson Correlation	.535**	.453**	.501**	.516**	.280**	.589**	.409**	1	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
Total Y	Pearson Correlation	.803**	.727**	.789**	.765**	.596**	.768**	.669**	.739**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	152	152	152	152	152	152	152	152	152
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

UJI RELIABILITAS

Variabel X1 – Store Atmosphere

Variabel X2 – Lifestyle

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.869	8

Variabel X3 – Social Media Marketing

Purchase Decision

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.861	8

Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.812	8

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.877	8

UJI REGRESI

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total X3, Total X1, Total X2 ^b		Enter
a. Dependent Variable: Total Y			
b. All requested variables entered.			

Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.657 ^a	.432	.420	2.971	.432	37.470	3	148	.000
a. Predictors: (Constant), Total X3, Total X1, Total X2									

Uji R Square (R²)

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.657 ^a	.432	.420	2.971	.432	37.470	3	148	.000
a. Predictors: (Constant), Total X3, Total X1, Total X2									

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	992.136	3	330.712	37.470	.000 ^b
	Residual	1306.259	148	8.826		
	Total	2298.395	151			
a. Dependent Variable: Total Y						
b. Predictors: (Constant), Total X3, Total X1, Total X2						

Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.359	2.548		3.281	.001
	Total X1	.216	.086	.234	2.522	.013
	Total X2	.395	.105	.350	3.748	.000
	Total X3	.175	.089	.160	1.972	.050
a. Dependent Variable: Total Y						

DATA TABULASI

Resp	Nomor Pertanyaan																															
	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X31	X32	X33	X34	X35	X36	X37	X38	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5	2	3	4	5	4	4	3	4	3	2	4	5	4	5	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	3	4	2	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	3	2	5	4	3	5	2	2	3	3	3	2	3	2	3	4	2	2	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	4	5	4	4	5	4	2	3	4	5	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	5	4	4	5	4	1	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	3	3	2	2	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	3	3	2	4	5	5	4	3	3	4	3	4	5	2	3	2
9	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	1	5	4	4	5	3	1	3	3	4	2	4	2	3	3	2	4	4	2	4	4
10	5	5	5	5	5	5	5	5	2	1	4	2	4	2	3	5	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	4	2	4	2
11	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	4	2	4	3	4	5	4	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3
13	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	2	5	3	4	5	4	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	4	4	2
14	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	3
15	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	3	4	2	3	5	4	3	4	4	5	3	4	4	2	4	2	4	4	2	4	3
16	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
17	5	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4	2	5	4	3	5	4	2	3	4	5	2	4	4	3	4	2	4	4	2	4	4
18	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	2	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4
19	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	1	5	2	3	5	4	3	4	4	3	2	4	4	3	4	3	3	4	2	4	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	3	5	5

22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	3	2	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	3	5	5	4	3	5	4	5	5	2	5	4	4	5	4	5	2	4	3	5	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	2
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	3	4	4	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	3	5	4	5	5	4	4	5	3	3	5	5	4	5	3	5	4	5	5	4
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	3	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	4	3	3	5	4	5
28	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	2	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	3	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	3	5	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	3	4	3	5
30	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3	2	2	4	4	5	4
31	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4
32	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
33	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
34	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	3	5	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	5	3	3	4	4	3
37	4	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
38	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5
39	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	3	5	4	5	4	3	5	3	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4
40	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5
41	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5
42	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
43	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5
44	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
45	4	5	4	4	4	4	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
46	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4

47	4	4	4	4	4	4	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		
48	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	
49	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
50	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	
51	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
52	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
53	4	4	4	4	4	4	4	5	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	
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	
64	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
70	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5

72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5
77	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
81	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
87	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
104	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
120	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4		
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
128	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	
129	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	
130	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
131	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
132	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
133	4	4	3	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
134	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	
135	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	
136	4	4	3	4	3	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	
137	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
138	4	4	3	4	3	2	4	3	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	
139	4	4	3	4	3	2	4	3	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	
140	4	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	
141	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	
142	3	4	3	3	2	2	3	3	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	
143	3	3	2	3	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	
144	3	3	2	3	2	2	3	3	5	5	5	4	5	4	4	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
145	2	3	2	3	2	2	3	2	4	5	5	5	4	5	4	2	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	
146	2	3	2	3	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	

147	2	3	2	3	2	2	3	2	4	5	4	4	5	4	4	2	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	
148	2	3	2	3	2	2	2	2	4	5	5	5	5	4	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
149	2	2	2	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
150	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
151	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	1	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
152	2	2	2	2	2	1	2	2	4	5	4	3	5	4	3	1	4	2	3	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	2	4	5	

