

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma Buchari. 2017. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung; Alfabeta
- Arif Budiarto. 2020. *8 Juta UKM Ditarget Bertransaksi Online Pada 2019*.
- Assauri Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Basu Swastha dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty
- Catur E. Rismiati. 2006. *Pemasaran Barang dan Jasa*. Yogyakarta: kanisius
- Daymon, Christine (2008), *Metode-Metode Riset Kualitatif Dalam Public*
- David, Fred R. "Strategic Management. Manajemen Strategis Konsep". Edisi Keduabelas. Buku Satu Salemba Empat, Jakarta. 2009
- Departemen pendidikan dan kebudayaan, kamus besar bahasa indonesia edisi III, (Jakarta : Balai pustaka, 2003), h. 427
- Dess, G. Gregory, Lumpkin. G.T, Eisner. Alan. B, 2009, *Strategic Management Text & Cases*, 5th Edition, Irwin Professional Publisher
- DH Basu Swastha. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta; Liberty
- Fatimah Feti Dan Murtalining Tyas Wenny. 2020. *Strategi Bersaing UKM Rumah Makan Di Saat Pandemi Covid-19. Jurnal Penelitian Iptek. Vol. 5 No. 2 Juli 2020*.
- Hanson, Dallas : Peter J Dowling Et Al (2008) : *Strategic Management*, Thomson, South Melborn, Australia

- Hasan, A. (2013). *Marketing*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Hendika Wibowo Dimas, Dkk. 2015. *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UKM*. Malang. Fakultas Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya
- Hermawan. 2002. *Marketing*. Jakarta: Gramedia
- Hurriyati. 2005. *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Husaini, Martani (2006), *Manajemen Strategik Kontemporer*. E-Book
- Ikshan reza fauzi, et al (2021) analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan di rumah makan pecak Hj sadiyah cilodong kota depok. *Jurnal kajian ekonomi dan bisnis islam*. Universitas Khaldum Bogor
- Kasmir. 2004. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Prenada Media Group, 2004  
Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. “*Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UKM) dan Usaha Besar (UB) Tahun 2017-2018*.” Diakses 23 April 2020.  
[Http://Www.Depkop.Go.Id/Uploads/Laporan/1580223129\\_Perkembangan%20data%20usaha%20mikro,%20kecil,%20menengah%20\(UKM\)%20dan%20usaha%20besar%20\(Ub\)%20tahun%202017%20-%202018.Pdf](http://www.depkop.go.id/uploads/laporan/1580223129_Perkembangan%20data%20usaha%20mikro,%20kecil,%20menengah%20(UKM)%20dan%20usaha%20besar%20(Ub)%20tahun%202017%20-%202018.Pdf). Oecd. “Sme Policy Responses.” Diakses 23 April 2020.
- Koran Sindo. Diakses 22 April 2020.
- Kotler Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*. Jakarta; PT Prenhallindo
- Kotler. 1999. *Marketing*. Jakarta: Erlangga

Li, Y., & Yang, R. (2014). New Business Model for Company to Win the Competition. *American Journal of Industrial and Business Management*. Vol 4. Page. 190-19

Marcelina Bataha Elza, Dkk. 2017. *Analisis Strategi Bersaing Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Ukm Kuliner (Studi Kasus Pada Ukm Kuliner Pasar Tua Di Kota Bitung)*. Manado. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Sam Ratulangi

OECD. (2020). *SME Policy Responses*.  
[https://read.oecdilibrary.org/view/?ref=119\\_119680-di6h3qgi4x&title=Covid-19\\_SME\\_Policy\\_Responses](https://read.oecdilibrary.org/view/?ref=119_119680-di6h3qgi4x&title=Covid-19_SME_Policy_Responses)

Pakpahan Aknolt Kristian. 2020. *Tanggung Jawab Pemerintah*. Pikiran Rakyat, 4 Tonrat 2020, hal.14.

Pamo Tedjo Tri dan Udan. 2005. *Manajemen Strategi*. Bandung; Rekayasa Saint

Pearce, John A. and Robinson Richard B. Jr. (2003). *Strategic management formulation, implementation and control*. Boston: Mc Graw Hill.

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi I* (Jakarta: PT. Prehalindo, 1997)

Philip Kotler dan Gray Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Penerjemah: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga

Putri,B.R.T. 2017. *Manajemen pemasaran*. Universitas Udayana, Bali.

*Relations & Marketing Communications*. Mizan Media Utama, Jakarta. Freedy, Rangkuti. (2006), *Analisis Swot : Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Penerbit Pt Gramedia Pustaka Utama ; Jakarta

- Rinawati, D. I., Nia, B. P., Novika, R. "Perancangan Strategi Bisnis PT Karya Paduyasa Menggunakan SWOT Dan Quantitative Strategi Planning Matrix (QSPM)". *Jurnal Teknik Industri* Vol. 6, No. 3, 2017
- Rio Alfrian Gregorius Dan Pitaloka Endang. 2020. *Strategi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UKM) Bertahan Pada Kondisi Pandemi Covid-19 Di Indonesia*. Tangerang. Program Studi Manajemen. Universitas Pembangunan Jaya
- Riswandi Akbar, Dkk. 2016. *Analisis Strategi Bersaing Rumah Makan*. Palu. Fakultas Ekonomi. Universitas Tadulako
- Robinson, R.B., & Pearce li, J.A. (2003). *Strategic Management: Formulation, Implementation, And Control*. New York: Mcgraw-Hill
- Saaty, T.L. 1993. *Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin, Proses Hirarki Analitik Untuk Pengambilan Keputusan Dalam Situasi yang Kompleks*. Jakarta: Pt. Pustaka Binaman Pressindo.
- Sampurno, Dr, Mba (2010). *Manajemen Stratejik Menciptakan Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press. Penerjemah : Agus Maulana. Jakarta : Erlangga
- Sari Devi Yuliani. 2012. *Analisis Strategi Bersaing Rusunawi Kalibata City*. Jakarta. Pascasarjana. Universitas Indonesia
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryabrata, Drs Sumadi. 2013. *Metodologi Penelitian*. Jakarta; PT Raja Grafindo Persada.
- Thorik Gunara & Utus Hardiono Sudiby, Marketing Muhammad (Bandung: Madania Prima, 2007), 48.

Violinda Qristin. 2018. *Strategi Dan Keunggulan Bersaing (UKM) Studi Kasus Pada UKM Di Semarang*. Semarang. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas PGRI

Wahyuni Agustinus Sri. 1996. *Manajemen Strategik Cet I*. Jakarta; Bina Rup

# LAMPIRAN

# DOKUMENTASI



## KUESIONER ANALISIS SWOT

NAMA INFORMAN : \_\_\_\_\_

JABATAN : \_\_\_\_\_

LAMA BEKERJA : \_\_\_\_\_

Petunjuk:

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai menurut pendapat Anda dengan memberikantanda silang (X) pada kolom jawaban yang dianggap paling sesuai.

Keterangan:

KRITERIA

Sangat Setuju : SS

Setuju : S

Kurang Setuju : KS

Tidak Setuju : TS

KUESIONER	JAWABAN			
	SS	S	KS	TS
<b>STRENGTH (KEKUATAN)</b>				
1. Daftar menu yang bervariasi				
2. Kemudahan pemesanan online				
3. Lokasi strategis				
4. tempat parkir yang luas				
5. sarana dan prasarana yang lengkap				
6. konsep ruang makan bernuansa alam				
<b>WEAKNESS (KELEMAHAN)</b>				
1. harga Menu tergolong mahal				
2. Keterampilan Karyawan yang kurang				
3. Kelengkapan Bahan Baku				
4. kurangnya penghargaan/ Bonus pada karyawan				
5. kurangnya kegiatan promo/ diskon				
6. Kurangnya Kecekatan karyawan melayani konsumen				
<b>OPPORTUNITY (PELUANG)</b>				
1. jumlah penduduk Kabupaten Bone terus meningkat				
2. Perkembangan Teknologi dan informasi				



3. Dukungan pemerintah terhadap UMKM di Kabupaten Bone				
4. Perubahan Pola Hidup konsumen				
5. Penawaran Kerjasama				
<b>THREATS (ANCAMAN)</b>				
1. produk sejenis dari pesaing				
2. kenaikan harga bahan baku				
3. Perubahan selera konsumen				
4. Pajak Penghasilan (PPH)				
5. Pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bone				

## KUESIONER ANALISIS QSPM

NAMA INFORMAN :

JABATAN :

LAMA BEKERJA :

Petunjuk:

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai menurut pendapat Anda dengan memberikan tanda ANGKA pada kolom jawaban yang dianggap paling sesuai.

Keterangan:

### KRITERIA

Tidak Menarik : 1

Agak Menarik : 2

Menarik : 3

Sangat Menarik : 4

### Alternatif

<b>S1</b>	Mempertahankan daftar menu yang bervariasi untuk memenuhi kebutuhan dan selera
<b>S2</b>	Mempeluas jaringan pemesanan online seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi
<b>S3</b>	Penyesuaian konsep ruang makan terhadap perubahan pola hidup konsumen
<b>S4</b>	Memperluas informasi lokasi rumah makan untuk menjalin kerjasama
<b>S5</b>	Menyesuaikan harga sesuai perubahan pola hidup konsumen
<b>S6</b>	Meningkatkan keterampilan karyawan melalui pelatihan kerja oleh pemerintah
<b>S7</b>	Melengkapi kebutuhan bahan baku dengan memanfaatkan teknologi dan informasi
<b>S8</b>	memberi reward kepada karyawan yang berhasil melakukan kerjasama
<b>S9</b>	Meningkatkan kegiatan promosi yang meluas
<b>S10</b>	Memanfaatkan daftar menu yang bervariasi untuk mengungguli produk pesaing
<b>S11</b>	mempertahankan daftar menu yang bervariasi terhadap banyaknya selera konsumen

<b>S12</b>	Menjalin Kerjasama terhadap pemasok bahan baku dalam jangka panjang
<b>S13</b>	Melaksanakan pelatihan keterampilan kepada karyawan
<b>S14</b>	Memberikan Penghargaan/ bonus kepada karyawan yang kompeten

KUESIONER	ALTERNATIF													
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S4
<b>STRENGTH (KEKUATAN)</b>														
1. Daftar menu yang bervariasi														
2. Kemudahan pemesanan online														
3. Lokasi strategis														
4. tempat parkir yang luas														
5. sarana dan prasarana yang lengkap														
6. konsep ruang makan bernuansa alam														
<b>WEAKNESS (KELEMAHAN)</b>														
1. harga Menu tergolong mahal														
2. Keterampilan Karyawan yang kurang														
3. Kelengkapan Bahan Baku														
4. kurangnya penghargaan/ Bonus pada karyawan														
5. kurangnya kegiatan promo/ diskon														
6. Kurangnya Kecekatan karyawan melayani konsumen														
<b>OPPORTUNITY (PELUANG)</b>														
1. jumlah penduduk Kabupaten Bone terus meningkat														
2. Perkembangan Teknologi dan informasi														
3. Dukungan pemerintah terhadap UMKM di Kabupaten Bone														
4. Perubahan Pola Hidup konsumen														
5. Penawaran Kerjasama														
<b>THREATS (ANCAMAN)</b>														
1. produk sejenis dari pesaing														
2. kenaikan harga bahan baku														
3. Perubahan selera konsumen														
4. Pajak Penghasilan (PPh)														
5. Pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bone														

## HASIL ANALISIS SWOT

SWOT	Informan										Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Strenght (Kekuatan)	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	36
	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
	4	4	2	4	4	4	3	4	3	4	36
	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Weakness (Kelemahan)	2	1	2	3	2	2	1	3	2	3	21
	1	1	1	2	3	1	2	1	1	2	15
	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	34
	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	35
	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	35
	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	12
Opportunity (Peluang)	2	2	4	4	3	4	4	3	3	3	32
	2	2	3	3	4	3	4	3	3	3	30
	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	23
	1	2	2	3	3	2	3	3	3	3	25
	2	3	4	2	3	3	3	2	3	2	27
Threats (Ancaman)	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	37
	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
	2	3	2	1	3	1	3	3	3	3	24
	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	15
	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	16

## SCORE HASIL PEMBOBOTAN ANALISIS SWOT

NO	FAKTOR INTERNAL	JUMLAH	BOBOT	RATING	SCORE
<b>STRENGTH</b>					
1	Daftar menu yang bervariasi	38	0.09947644	3.8	0.378010471
2	Kemudahan pemesanan online	36	0.09424084	3.6	0.339267016
3	Lokasi strategis	40	0.10471204	4	0.418848168
4	Tempat parkir yang luas	40	0.10471204	4	0.418848168
5	Sarana dan prasarana yang lengkap	36	0.09424084	3.6	0.339267016
6	Konsep ruang makan bernuansa alam	40	0.10471204	4	0.418848168
JUMLAH STRENGTH		230	0.60209424		2.313089005
<b>WEAKNESS</b>					
1	Harga Menu tergolong mahal	21	0.05497382	2.1	0.115445026
2	Keterampilan Karyawan yang kurang	15	0.03926702	1.5	0.058900524
3	Kelengkapan Bahan Baku	34	0.08900524	3.4	0.302617801
4	Kurangnya penghargaan/ Bonus pada karyawan	35	0.09162304	3.5	0.320680628
5	Kurangnya kegiatan promo/ diskon	35	0.09162304	3.5	0.320680628
6	Kurangnya Kecekatan karyawan melayani konsumen	12	0.03141361	1.2	0.037696335
JUMLAH WEAKNESS		152	0.39790576		1.156020942
TOTAL IFAS		382	1		3.469109948
NO	FAKTOR EKSTERNAL		BOBOT	RATING	SCORE
<b>OPPORTUNITY</b>					
1	Jumlah penduduk Kabupaten Bone terus meningkat	32	0.11940299	3.2	0.382089552
2	Perkembangan Teknologi dan informasi	30	0.1119403	3	0.335820896
3	Dukungan pemerintah terhadap UMKM di Kabupaten Bone	23	0.0858209	2.3	0.19738806
4	Perubahan Pola Hidup konsumen	25	0.09328358	2.5	0.233208955
5	Penawaran Kerjasama	27	0.10074627	2.7	0.272014925

JUMLAH OPPORTUNITY		137	0.51119403		1.420522388
THREATS					
1	Produk sejenis dari pesaing	37	0.1380597	3.7	0.510820896
2	Kenaikan harga bahan baku	39	0.14552239	3.9	0.567537313
3	Perubahan selera konsumen	24	0.08955224	2.4	0.214925373
4	Pajak Penghasilan (PPH)	15	0.05597015	1.5	0.083955224
5	Pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bone	16	0.05970149	1.6	0.095522388
JUMLAH THREATS		131	0.48880597		1.472761194
TOTAL EFAS		268	1		2.893283582

## ALTERNATIF STRATEGI PEMASARAN UMKM RUMAH MAKAN BUGURI BONE

FAKTOR KUNCI	BOBOT	ALTERNATIF STRATEGI					
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3	
STRENGTH (KEKUATAN)		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
1. Daftar menu yang bervariasi	0.09947644	4	0.398	2.9	0.288	0	0
2. Kemudahan pemesanan online	0.094240838	2.6	0.245	4	0.377	0	0
3. Lokasi strategis	0.104712042	2.2	0.23	3.2	0.335	1.5	0.157
4. tempat parkir yang luas	0.104712042	0	0	1.4	0.147	2.7	0.283
5. sarana dan prasarana yang lengkap	0.094240838	3	0.283	3.2	0.302	3.5	0.33
6. konsep ruang makan bernuansa alam	0.104712042	2.9	0.304	0	0	4	0.419
WEAKNESS (KELEMAHAN)							
1. harga Menu tergolong mahal	0.054973822	2.6	0.143	1.8	0.099	0	0
2. Keterampilan Karyawan yang kurang	0.039267016	1.9	0.075	2.4	0.094	3	0.118
3. Kelengkapan Bahan Baku	0.089005236	2.9	0.258	3	0.267	0	0
4. kurangnya penghargaan/ Bonus pada karyawan	0.091623037	1.4	0.128	1.8	0.165	1.8	0.165
5. kurangnya kegiatan promo/ diskon	0.091623037	1.4	0.128	2.8	0.257	0	0
6. Kurangnya Kecekatan karyawan melayani konsumen	0.031413613	1.2	0.038	2.3	0.072	0	0
OPPORTUNITY (PELUANG)							
1. jumlah penduduk Kabupaten Bone terus meningkat	0.119402985	2.5	0.299	3.3	0.394	3.2	0.382
2. Perkembangan Teknologi dan informasi	0.111940299	2.3	0.257	4	0.448	3	0.336
3. Dukungan pemerintah terhadap UMKM di Kabupaten Bone	0.085820896	1.3	0.112	2	0.172	0	0
4. Perubahan Pola Hidup konsumen	0.093283582	1.6	0.149	3	0.28	3.7	0.345
5. Penawaran Kerjasama	0.100746269	2	0.201	1.6	0.161	2.1	0.212
THREATS (ANCAMAN)							0
1. produk sejenis dari pesaing	0.138059701	3	0.414	2.5	0.345	0	0
2. kenaikan harga bahan baku	0.145522388	3.4	0.495	3.4	0.495	0	0
3. Perubahan selera konsumen	0.089552239	2.7	0.242	2.6	0.233	1.3	0.116
4. Pajak Penghasilan (PPH)	0.055970149	2.4	0.134	1.7	0.095	1.7	0.095
5. Pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Bone	0.059701493	1.5	0.09	1.6	0.096	1.7	0.101
TOTAL			4.622		5.121		3.059
PERINGKAT			4		2		14

ALTERNATIF STRATEGI																					
Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7		Strategi 8		Strategi 9		Strategi 10		Strategi 11		Strategi 12		Strategi 13		Strategi 14	
AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
2.8	0.279	3.2	0.318	2.2	0.219	3.8	0.38	0	0	3.3	0.33	4	0.4	4	0.3979	3.6	0.358	2.8	0.279	0	0
3	0.283	2.5	0.236	2.3	0.217	2.7	0.25	0	0	3.7	0.35	1.7	0.2	1.7	0.1602	0	0	2.2	0.207	1.9	0.18
4	0.419	1.7	0.178	0	0	2.1	0.22	0	0	2.9	0.3	0	0	0	0	2.1	0.22	0	0	0	0
1.9	0.199	1.8	0.188	0	0	0	0	0	0	3.3	0.35	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.6	0.151	2.8	0.264	0	0	1.6	0.15	1.7	0.16	2.3	0.22	2.8	0.3	2.2	0.2073	1.8	0.17	0	0	0	0
2.8	0.293	2.7	0.283	0	0	0	0	2	0.21	3.4	0.36	0	0	0	0	0	0	1.9	0.199	0	0
	0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0
0	0	1	0.055	3	0.165	2.6	0.14	2.8	0.15	1	0.05	1.3	0.1	2.1	0.1154	3.8	0.209	0	0	2	0.11
2.4	0.094	1.8	0.071	4	0.157	2	0.08	3.5	0.14	1	0.04	1	0	2.1	0.0825	0	0	4	0.157	2.9	0.11
0	0	2.3	0.205	2.2	0.196	4	0.36	2.4	0.21	0	0	2	0.2	2.9	0.2581	4	0.356	1.6	0.142	1.7	0.15
1.7	0.156	0	0	3	0.275	1.7	0.16	4	0.37	2.3	0.21	0	0	0	0	0	0	2.1	0.192	3.2	0.29
2.3	0.211	3.2	0.293	2.9	0.266	0	0	2.2	0.2	4	0.37	2.2	0.2	0	0	0	0	2.8	0.257	1.8	0.16
1.7	0.053	2	0.063	3.8	0.119	0	0	1.9	0.06	1	0.03	0	0	0	0	0	0	4	0.126	2.4	0.08
	0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0
2.9	0.346	3.1	0.37	2	0.239	0	0	0	0	4	0.48	0	0	3.4	0.406	2.7	0.322	2.7	0.322	1.6	0.19
4	0.448	2.3	0.257	3.3	0.369	4	0.45	3.2	0.36	3.9	0.44	2.3	0.3	2.8	0.3134	3.3	0.369	2.7	0.302	3.1	0.35
2.5	0.215	2	0.172	3.8	0.326	3.2	0.27	0	0	2.3	0.2	0	0	1.6	0.1373	1.6	0.137	2.8	0.24	1.9	0.16
2.1	0.196	3.1	0.289	2.5	0.233	0	0	2.9	0.27	2.7	0.25	2	0.2	3.8	0.3545	2.2	0.205	1.9	0.177	2.2	0.21
4	0.403	2.2	0.222	2.2	0.222	3.5	0.35	4	0.4	3.4	0.34	2.6	0.3	2.7	0.272	1.7	0.171	2.2	0.222	3.6	0.36
	0		0		0		0		0		0		0		0		0		0		0
1.9	0.262	4	0.552	2	0.276	3.1	0.43	2.2	0.3	3.1	0.43	4	0.6	3.6	0.497	3.1	0.428	1.3	0.179	2.3	0.32
0	0	3.1	0.451	0	0	2.9	0.42	0	0	0	0	2.5	0.4	2.2	0.3201	3.8	0.553	1.2	0.175	1.7	0.25
2.4	0.215	3	0.269	2.4	0.215	0	0	2.9	0.26	2.5	0.22	3	0.3	4	0.3582	1.5	0.134	2.7	0.242	3.1	0.28
0	0	3.8	0.213	0	0	0	0	2	0.11	1	0.06	0	0	0	0	0	0	0	0	1.4	0.08
0	0	1.6	0.096	1.8	0.107	0	0	0	0	3	0.18	0	0	0	0	2.3	0.137	1.8	0.107	2.2	0.13
	4.222		5.044		3.601		3.66		3.21		5.19		3.2		3.88		3.771		3.526		3.41
	<b>5</b>		<b>3</b>		<b>9</b>		<b>8</b>		<b>12</b>		<b>1</b>		<b>13</b>		<b>6</b>		<b>7</b>		<b>10</b>		<b>11</b>