

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta
- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Andespa, Roni. 2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah*. Padang: Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang.
- Andriana, Nadya Calista, and Ngatno. 2020. "Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Aqmala, Diana dkk. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Peningkatan Loyalitas Pelanggan BLIBLI.Com*. *Holistic Journal of Management Research*, Volume 3, No.1, Juni 2021.
- Arini Nur Safitri. 2021. *Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada*. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9.
- Ashari, S., & Darmastuti, I. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Advan (Studi Pada Mahasiswa Undip Semarang)*. *Diponegoro Journal Of Management*, Volume 11 No.1, 1-15.
- Broto, V., & Wenas, R. S. (2016). *Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mobil Toyota Agya Pada Pt. Hasjrat Abadi Cabang Bitung*. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*.
- Burhanudin. (2018). *Pengaruh Modal Intelektual, Keputusan Pendanaan Dan Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening*. *Jakarta. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.
- Cozby, P. C., & Bates, S. C. (2012). *Methods in behavioral research*. Singapore: Mc Graw Hill.
- Desy Irana Dewi Lubis Dan Rahmad Hidayat. 2017. *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan*. *jurnal.ilman/volume 5,nomor 1, pp. Hal 15-24, february 2017, ISSN 2355-1488*,
- Drummond, Helga. 2003. *Pengambilan Keputusan yang Efektif*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

- Dwyer, F. Robert dan Tanner, John F. 2009. *Business Marketing: Connecting Strategy, Relationship and Learning*. Edisi internasional. Singapore: McGraw-Hil
- Fathorrahman. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nk Café Malang. *Journal Of Management Studies*, 215-229.
- Fatmawati, N., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 10(1), 1–20.
- Febiyanti, L., & Aqmala, D. (2022). Pengaruh E-Wom, Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Grab Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Dinamika Bisnis*, 1, 28-39.
- Hidayat, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Dengan Harga Sebagai Variabel Moderasi. *Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial, Universitas Fajar*.
- Irwansyah, A. (2019). Pengaruh Promosi Hotel The 101 Palembang Rajawali di Instagram Terhadap Minat Mengingat. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang*.
- J.Paul Peter & jerry c. Olson (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen* 2nd. ed. 4 Jakarta: .Penerbit Erlangga
- Keller, Kevin Lane. 1998. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Keller, Kevin Lane. 2000. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc
- Kotler dan Amstronng. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Alih Bahasa oleh Bob Sabran, edisi 13: Erlangga
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas. Jilid 1 Dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Bowen, J., dan Makens, J. (1999). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Second Edition. Prentice Hall Inc. Upper Saddle River, New Jersey

- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management, The Millenium Edition*, International Edition. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT.INDEKS
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip., Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management*, Edisi 14. New Jersey: Prentice-Hall Published
- Mehta, A.J., (1994). *Hydraulic Behaviour of Fine Sediment*. Coastal, Estuarial and Harbour Engineer's Reference Book, Chapman and Hall, London.
- Muhammad Fakhru Rizky, 2014, Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirin Medan, *Jurnal Manajemen dan Bisnis* Vol. 14 No. 2 Oktb 2014.
- Panekenan, R. M., Tumbuan, W. J., & Rumokoy, F. S. 2019. The Influence of Reward and Punishment Toward Employee's Performance at Bank Indonesia Branch Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1), 471-480.
- Putri, E. D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Pada Konsumen Wardah Cosmetic di Indonesia). *Yogyakarta: Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma*.
- Putro, Shandy Widjoyo, dkk. (2014). Pengaruh Kualitas layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restora Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasara* Vol.2 No.1, 1-9.
- Oktavenia, Ardani. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merek sebagai Pemediasi. *EJurnal Manajemen Unud*, Vol. 8, No. 3 , 1374 - 1400.
- Safitri, A. N. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang pada Lazada. *E-Bisma*, 1-9.
- Saladin, Djaslim. 2003. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Unsur Pemasaran*. Bandung: CV. Linda Karya
- Schiffman, L & Kanuk L.L. (2008). *Perilaku Konsumen* Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Schiffman, L & Kanuk L.L. 2008. *Perilaku Konsumen* Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana

- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Honda “Scoopy” di Kota Tangerang. 2, 1070-1079.
- Sinaga, M. Y. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Wuling Di Kota Medan. *Skripsi*, 21.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan. 1997. Manajemen Pemasaran Modern. Cetakan Kelima. Yogyakarta: Liberty
- Swastha, Basu. 2003. Azas-azas Marketing. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptono, Fandy. 2000. Manajemen Jasa, Edisi Kedua. Andy Offset, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2005. Pemasaran Jasa. Malang: Bayu Publishing
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3. ANDI: Yogyakarta
- Wuling Motors - Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas*. (n.d.). Retrieved Maret, 2023, from https://id.wikipedia.org/wiki/Wuling_Motors
- Yunita, E., & Wiwoho, G. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.
- Zainuddin, M. Z., Suyuti, & Steven, R. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Di Begos (Bebek Goyang Sulawesi) Kota Kendari. *Journal Of Economic And Business*, 1-11.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Mobil Wuling Confero di Kota Makassar

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr(i) Responden

Di Tempat.

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan tugas akhir Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin:

Nama : Dita Haritza
NIM : A012212044
Program Studi : Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Bermaksud melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Mobil Wuling Confero di Kota Makassar**”. Sehubungan dengan hal tersebut, dengan segala kerendahan hati, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr(i) untuk dapat meluangkan waktu mengisi kuesioner terlampir.

Data atau informasi yang Bapak/Ibu/Sdr(i) berikan akan kami gunakan semata-mata untuk keperluan ilmiah. Kami akan menjaga kerahasiaan data atau informasi tersebut sesuai dengan kode etik penelitian. Partisipasi Bapak/Ibu/Sdr(i) sangatlah penting bagi kesuksesan penelitian ini. Atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu/Sdr(i) kami sampaikan terima kasih.

Petunjuk: Isilah sesuai dengan keadaan diri bpk/ibu/sdr(i).

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
4. Berapa lama Pemakaian Mobil Wuling Confero:

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Bapak/ibu/Sdr (i) mohon memberikan pilihan tentang seberapa setuju atas pendapat-pendapat seperti yang terdapat dalam pernyataan-pernyataan dibawah ini dengan cara mencontreng atau memberi tanda (✓) pada kotak yang memiliki judul kombinasi huruf berikut yang dianggap paling sesuai dengan tingkat persetujuan Bapak/Ibu/Sdr(i) untuk setiap butir pertanyaan/pernyataan:

- (1) STS=Sangat Tidak Setuju
- (2) TS=Tidak Setuju
- (3) CS=Cukup Setuju
- (4) S=Setuju
- (5) SS=Sangat Setuju

Mohon kiranya tidak ada pertanyaan/pernyataan yang dibiarkan kosong atau tidak dijawab.

DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER

Citra Merek

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Mobil Wuling memiliki popularitas yang baik dan nama naik sebagai pabrikan otomotif					
2.	Wuling lebih mudah dikenali dibanding merek lain					
3.	Wuling adalah merek otomotif dengan inovasi desain yang modern					
4.	Logo dari Wuling mudah diingat					
5.	Merek Wuling terkenal memiliki kualitas yang sangat baik dan mampu memuaskan kebutuhan konsumen					
6.	Mobil Wuling terkenal di kalangan masyarakat.					

Harga

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Mobil merek Wuling sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Harga mobil Wuling mampu bersaing dengan merek lain					

3.	Kualitas mobil Wuling yang saya dapat sesuai dengan pengorbanan yang saya keluarkan					
4.	Mobil merek Wuling memiliki harga yang terjangkau					

Kualitas Produk

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Semua sistem dapat berjalan dengan baik					
2.	Mobil merek Wuling memiliki desain interior yang bagus					
3.	Tidak terdapat kendala dalam pengoperasian mobil Wuling					
4.	Mobil merek Wuling memiliki fitur yang canggih					

Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya senang telah memiliki mobil produk Wuling					
2.	Saya akan merekomendasikan mobil Wuling kepada orang lain					
3.	Mobil Wuling adalah kendaraan yang cocok dengan saya					

Minat Beli

No.	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Saya puas menggunakan mobil merek Wuling					
2.	Saya akan merekomendasikan mobil merek Wuling sebagai kendaraan yang berkualitas kepada orang lain					
3.	Merek Wuling akan menjadi pilihan utama saya dalam memilih mobil					
4.	Saya akan mencari informasi mengenai produk mobil Wuling					

TERIMA KASIH ATAS PARTISIPASI BAPAK/IBU/SDR(I)

Lampiran 2
REKAPITULASI JAWABAN KUESIONER 100 RESPONDEN

CITRA MEREK (X1)					PERSEPSI HARGA (X2)				KUALITAS PRODUK (X3)				KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)			MINAT BELI (Z)			
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Y1	Y2	Y3	Z1	Z2	Z3	Z4
3	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4
3	3	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	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	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5
4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	3	2	2	3	3	4	5	3	3	2	5	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

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

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

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

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