

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. **Manajemen Pemasaran**. Depok : PT Raja Grafindo Persada
- Assauri, S., 1993, *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi 4, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, Jakarta.
- A. Usmara, (2003), *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Amoro Book.
- Baker, J., Grewal, D., & Parasuraman, A. (1994). The Influence of Store Environment on Quality Inferences and Store Image. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(4), 328–339. <https://doi.org/10.1177/0092070394224002>
- Baloglu, S. and Brinberg, D. (1997), “Affective images of tourism destinations”, *Journal of Travel Research*, Vol. 35 No. 4, pp. 11-15.
- Bloemer, J. Ruyter and Wetzal, M. 1998. “On The Relationship Between Perceived Service Quality, Service Loyalty and Switching Cost”. *International Journal of Industry Management*, 107 (5): 57-62
- Booms, B.H. and Bitner, M.J. (1982), “Marketing services by managing the environment”, *Cornell Hospitality Quarterly*, Vol. 23 No. 1, pp. 35-40.
- Chapman, Joe dan Russ Wahlers (1999), “A Revision and Empirical Test of the Extended Price-Perceived Quality Model”, *Journal of Marketing*, p.53-64.
- Engel, J. F., G. Blackwell, dan P. W. Miniard. 1994. *Perilaku Konsumen* . Jilid 1. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ferdinand. 2013. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Fandy Tjiptono, 2008, *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.

Fiani, M., & Edwin, S. (2012). Analisa Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–6.

Gnizy, I., Baker, W. E., & Grinstein, A. (2014). Proactive learning culture A dynamic capability and key success factor. *International Mark*, 31(5), 477–505. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/IMR-10-2013-0246>

Ghozali, 2005. Analisis Multivariat dengan Program SPSS. Edisi ke-3. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.

Goetsch, DL & Davis (1994). *Introduction to Total Quality: Quality, Productivity, Competitiveness*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall Internasional, Inc.

Guiltinan, J. P. dan Paul, G. W. 1990. Strategi dan Program Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Penerbit Erlangga. Jakarta.

Ha, J., & Jang, S. (2010b). Effects of service quality and food quality: The moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment. *International Journal of Hospitality Management*, 29(3), 520–529.

Hawkins. et al. 2001. *Consumer Behavior: Building Market Strategy*. Boston : Irwin/Mc Graw Hill.

Jin, N. (Paul), Lee, S., & Huffman, L. (2012). Impact of Restaurant Experience on Brand Image and Customer Loyalty: Moderating Role of Dining Motivation. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 29(6), 532–551. <https://doi.org/10.1080/10548408.2012.701552>

Josiam, B. M., & Monteiro, P. A. (2004). Tandoori tastes: Perceptions of Indian restaurants in America. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(1), 18–26.

Keller, K.L. (1993), “Conceptualising, measuring and managing customer-based brand equity”, *Journal of Marketing*, Vol. 57 No. 1, pp. 1-22.

- Kennedy, S.H. (1977), "Nurturing corporate image", *European Journal of Marketing*, Vol. 11 No. 3, pp. 120-164.
- Kivela, J., Inbakaran, R., & Reece, J. (2000). Consumer research in the restaurant environment. Part 3: Analysis, findings and conclusions. *International Journal of contemporary Hospitality Management*, 12(1), 13–30.
- Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 12, PT Indeks, NewJersey.
- Lin, Long-Yi & Chen, Chun-Shuo. (2006). The influence of the country-of –origin image, product knowledge and product involvement on consumer purchase decisions: an empirical study of insurance and catering services in Taiwan. *Journal of Consumer Marketing* Vol.23 No.5, 248-265.
- Low, G.S. and Lamb, C.W. (2000), "The measurement and dimensionality of brand association", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 9 No. 6, pp. 350-68.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Edisi satu. Salemba Empat. Jakarta.
- Marinkovic, Senic, & Mimovic (2015)..Factors affecting choice and image of ethnic restaurants in Serbia. *British Food Journal* Vol. 117 No. 7, 2015 pp. 1903-1920 Emerald Group Publishing Limited 0007-070X
DOI 10.1108/BFJ-09-2014-0313
- Mudambi, S. M., Doyle, P., & Wong, V. (1997). An exploration of branding in industrial markets. *Industrial Marketing Management*, 26(5), 433–446.
- Nguyen, N. and Leblanc, G. (2002), "Contact personnel, physical environment and the perceived corporate image of intangible services by new clients", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 13 No. 3, pp. 242-62.
- Padgett, D. and Allen, D. (1997), "Communicating experiences: a narrative approach to creating service brand image", *Journal of Advertising*, Vol. 26 No. 4, pp. 49-62.

- Parasuraman, A. A. Zeithaml, V., and L. Berry, L. 1995. "A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". *Journal of Marketing*. Vol. 49 (fall).
- Pavesic, D. V. (1989). Psychological aspects of menu pricing. *International Journal of Hospitality Management*, 8(1), 43–49.
- Raajpoot, N. (2002). TANGSERV: A multiple item scale for measuring tangible quality in foodservice industry. *Journal of Foodservice Business Research*, 5(2), 109–127.
- Ryu, K. and Jang, S. (2008), "DINESCAPE: a scale for customers' perception of dining environments", *Journal of Foodservice Business Research*, Vol. 11 No. 1, pp. 2-22.
- Ryu, Lee, & Kim (2012). The influence of the quality of the physical environment, food, and service on restaurant image, customer perceived value, customer satisfaction, and behavioral intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* Vol. 24 No. 2, 2012 pp. 200-223
Emerald Group Publishing Limited 0959-6119
DOI 10.1108/09596111211206141
- Santoso. S. 2011. *Mastering SPSS Versi 19*. Penerbit PT Elek Media Komputindo Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Sugiyono. (2000). *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Cetakan Kedua.
Penerbit PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia
- Sekaran, Uma. 2000. *Research Methods for Business*. Newyork. Johnwiley & Sons. Inc.

Sheppard, B.H., Hartwick, J. & Warshaw, P. R. (1988). The theory of reasoned action: A meta-analysis of past research with recommendation for modification and future research. *Journal of Consumer Research*, 15, 325-343.

Sheth J. N (1985), "History Of Consumer Behavior: A Marketing Perspective", *Association for Consumer Research*, 37 (3), pp. 50-56.

Swasta, Basu dan T Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.

LAMPIRAN

Yth. Bapak/ Ibu Responden

di tempat

Saya Tri Adhi Santoso (NIM : 12010115420111), mahasiswa Magister Manajemen Universitas Diponegoro, sedang menyusun tesis dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Lingkungan Fisik Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Jaton Cafe di Kota Semarang)**” sebagai syarat untuk meraih gelar Master.

Saya mohon kesediaan Bapak/ Ibu untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan dengan jujur dan dalam keadaan yang sebenarnya. Data yang Bapak/ Ibu berikan akan Saya jamin kerahasiaannya dan digunakan hanya untuk keperluan tesis Saya.

Atas perhatian dan kesediaan Bapak/ Ibu, Saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Tri Adhi Santoso

KUESIONER

Pengaruh Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, Lingkungan Fisik Terhadap *Brand Image* Dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Jaton Cafe di Kota Semarang)

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Pria Wanita
3. Pendidikan Terakhir : SD SMP SMA
 Diploma Sarjana Pascasarjana
4. Umur :
5. Tempat Tinggal : Banyumanik Luar Banyumanik
6. Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa PNS Lainnya
 Karyawan Swasta Wirausaha
7. Jenis Makanan dan Minuman yang paling disukai:
 - Makanan :
 - Minuman :
8. Berapa lama anda menjadi pelanggan di Jaton Cafe Semarang?

Petunjuk Pengisian Kuesioner:

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang paling sesuai.

Adapun skala yang digunakan mewakili jawaban adalah sebagai berikut:

- 1 : STS (Sangat Tidak Setuju)
- 2 : TS (Tidak Setuju)
- 3 : KS (Kurang Setuju)
- 4 : N (Netral)
- 5 : AS (Agak Setuju)
- 6 : S (Setuju)
- 7 : SS (Sangat Setuju)

STS	TS	KS	N	AS	S	SS
1	2	3	4	5	6	7

LEMBAR PERTANYAAN

NO	KUALITAS MAKANAN	STS	TS	KS	N	AS	S	SS
1	Makanan yang dijual Jaton Cafe Semarang memiliki rasa yang enak.	1	2	3	4	5	6	7
2	Minuman yang dijual Jaton Cafe Semarang memiliki rasa yang enak.	1	2	3	4	5	6	7
3	Bentuk tampilan penyajian makanan yang dijual Jaton Cafe Semarang menarik.	1	2	3	4	5	6	7
4	Bentuk tampilan penyajian minuman yang dijual Jaton Cafe Semarang menarik.	1	2	3	4	5	6	7
Bagaimana pendapat Bapak/Ibu mengenai rasa, kualitas dan komposisi menu makanan yang dijual Jaton Cafe Semarang?.....								
Bagaimana pendapat Bapak/Ibu mengenai rasa, kualitas dan komposisi menu minuman yang dijual Jaton Cafe Semarang?.....								
NO	KUALITAS LAYANAN	STS	TS	KS	N	AS	S	SS
5	Karyawan Jaton Cafe Semarang melayani dengan sikap yang sopan.	1	2	3	4	5	6	7
6	Karyawan Jaton Cafe Semarang cepat dalam melayani.	1	2	3	4	5	6	7
7	Karyawan Jaton Cafe Semarang ramah dalam melayani.	1	2	3	4	5	6	7
8	Kemampuan teknis karyawan Jaton Cafe Semarang dalam melayani..	1	2	3	4	5	6	7
Bagaimana pendapat Bapak/Ibu mengenai penampilan, sopan santun dan tutur kata dari karyawan Jaton Cafe Semarang dalam melayani?.....								

NO	LINGKUNGAN FISIK	STS	TS	KS	N	AS	S	SS
9	Tata ruang Jaton Cafe Semarang menarik.	1	2	3	4	5	6	7
10	Desain interior Jaton Cafe Semarang menarik.	1	2	3	4	5	6	7
11	Tempat duduk Jaton Cafe Semarang nyaman.	1	2	3	4	5	6	7
12	Lagu yang diputar di Jaton Cafe Semarang terdengar menyenangkan.	1	2	3	4	5	6	7
	Menurut pendapat Bapak/Ibu dari keempat indikator di atas mana yang lebih menarik?..... Dan mana yang kurang menarik?.....							
NO	CITRA MEREK	STS	TS	KS	N	AS	S	SS
13	Saya mudah mengenali Jaton Cafe Semarang.	1	2	3	4	5	6	7
14	Saya mudah mengingat Jaton Cafe Semarang.	1	2	3	4	5	6	7
15	Saya mempercayai kualitas produk Jaton Cafe Semarang.	1	2	3	4	5	6	7
16	Jaton Cafe Semarang memiliki nilai produk yang tinggi di mata saya.	1	2	3	4	5	6	7
	Mengapa Bapak/Ibu memilih Jaton Cafe Semarang?.....							
NO	KEPUTUSAN PEMBELIAN	STS	TS	KS	N	AS	S	SS
17	Produk yang saya beli dari Jaton Cafe Semarang sesuai dengan kebutuhan saya.	1	2	3	4	5	6	7
18	Saya mempunyai keyakinan dalam membeli produk yang dijual Jaton Cafe Semarang.	1	2	3	4	5	6	7
19	Saya mantap untuk membeli produk yang dijual Jaton Cafe Semarang.	1	2	3	4	5	6	7
20	Saya cepat memutuskan untuk membeli produk yang dijual Jaton Cafe Semarang.	1	2	3	4	5	6	7
	Berapa lama Bapak/Ibu mempertimbangkan untuk membeli pertama kali produk yang ada di Jaton Cafe Semarang? Dan apa yang menjadi dasarnya?.....							

NO	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20
1	7	6	6	6	7	6	5	7	6	5	7	5	7	6	7	5	7	6	5	6
2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4
4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4
5	6	5	5	6	4	5	5	5	4	5	6	5	5	5	5	6	5	6	6	5
6	7	6	6	7	7	6	5	6	6	6	7	5	6	6	7	5	7	6	6	5
7	6	7	7	6	7	5	6	7	5	6	6	5	7	5	7	6	6	7	5	7
8	7	6	6	7	4	5	5	6	5	6	7	5	6	6	6	5	6	7	6	6
9	6	7	7	5	7	6	5	7	5	7	6	5	7	5	7	6	7	6	7	5
10	6	5	5	6	6	5	5	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5
11	7	7	7	6	7	6	6	7	5	6	6	5	7	5	7	6	7	6	5	5
12	7	6	6	7	7	7	6	6	6	7	7	6	6	6	6	7	6	7	6	7
13	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3
14	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3
15	3	5	3	4	5	4	3	5	5	3	3	3	4	5	3	5	5	4	3	3
16	4	5	3	5	5	4	3	3	5	4	3	3	4	5	3	3	5	5	4	3
17	6	4	6	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	6	5	4	6	4	5	6
18	4	6	4	5	6	5	4	5	6	5	4	5	6	5	4	5	6	4	5	6
19	4	6	4	5	4	6	5	5	6	4	4	5	6	4	6	5	6	5	6	4
20	5	3	4	4	5	4	5	3	5	4	3	3	5	4	5	3	5	3	5	4
21	5	4	3	5	5	5	5	5	3	5	4	3	4	5	3	3	3	3	5	3
22	4	4	5	3	5	4	5	3	5	4	3	5	3	4	5	3	5	3	4	5
23	6	7	6	7	7	7	6	5	7	6	7	7	6	7	6	7	7	7	6	6
24	6	4	5	6	5	4	5	6	4	5	6	5	4	5	4	6	6	5	6	4
25	3	4	5	3	3	5	4	5	3	4	5	5	3	4	5	3	4	5	3	4
26	4	3	5	4	5	3	4	3	4	3	5	3	5	3	4	5	5	4	5	3
27	3	4	3	4	5	3	4	5	3	5	3	5	3	5	4	3	3	4	5	5
28	4	3	5	3	5	3	5	4	5	3	4	3	5	3	5	3	5	5	3	4
29	3	4	3	5	3	5	4	5	5	4	3	5	4	5	3	5	5	4	5	4
30	3	4	5	4	4	3	5	5	4	5	4	3	4	3	5	4	3	5	4	5
31	5	3	4	3	3	5	4	5	5	4	3	4	3	5	3	5	5	5	4	3
32	3	4	3	5	5	4	3	3	3	4	3	5	5	3	5	3	5	4	5	3
33	3	3	5	4	5	5	3	5	3	5	4	5	3	5	3	5	4	5	5	5
34	5	4	3	5	3	4	5	3	4	4	5	3	5	3	5	4	5	3	5	4
35	3	5	3	4	5	3	4	5	3	5	4	5	4	5	3	5	3	4	3	5
36	3	5	4	5	4	5	3	5	5	3	5	4	5	3	5	4	5	3	5	4
37	5	6	5	7	5	6	5	7	5	6	7	5	7	5	6	6	7	6	6	5
38	7	6	5	6	4	5	5	5	6	5	5	7	6	5	5	5	5	6	5	7

39	7	5	5	6	6	5	7	5	5	5	7	5	7	5	5	7	5	5	7	5
40	7	6	5	6	5	6	7	6	6	7	6	5	5	6	7	5	5	7	6	7
41	6	5	4	5	5	6	4	5	5	4	6	5	4	5	6	4	6	4	6	5
42	7	6	5	7	5	5	6	5	7	6	6	6	6	5	5	6	6	5	7	6
43	4	6	5	5	6	5	5	4	6	4	5	6	4	6	5	5	6	4	5	5
44	5	6	4	5	5	6	5	4	6	5	6	4	5	6	6	5	5	6	6	4
45	6	5	6	4	5	5	6	4	5	6	5	4	6	4	5	6	6	5	4	6
46	6	6	5	7	6	6	5	7	6	6	6	5	7	6	6	5	7	5	6	6
47	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
48	7	5	6	7	5	6	7	5	5	6	6	5	7	5	6	7	6	6	7	5
49	6	7	7	5	7	5	6	7	6	5	6	5	6	7	6	5	6	7	5	7
50	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4
51	5	7	6	5	7	6	5	6	7	6	5	7	5	6	5	7	5	7	6	6
52	5	6	5	4	5	4	5	6	5	4	5	6	4	6	5	4	6	5	4	6
53	4	3	4	5	3	5	4	3	5	3	4	5	3	4	3	5	5	4	3	3
54	3	5	4	5	5	3	5	4	3	4	5	3	5	4	3	4	5	5	3	3
55	7	6	5	5	7	6	5	5	7	6	6	5	7	5	6	5	7	5	6	6
56	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
57	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4
58	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
59	5	3	5	4	5	5	3	4	5	4	3	5	5	3	4	5	5	5	3	4
60	5	4	3	5	4	5	3	5	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	3
61	5	4	3	4	5	4	5	3	5	3	5	4	3	3	5	4	5	5	3	4
62	5	5	5	4	3	5	3	5	5	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4
63	5	3	4	3	4	3	3	5	5	3	3	4	5	4	3	3	5	3	4	3
64	5	4	3	4	5	4	3	5	4	5	3	3	5	5	3	4	4	5	5	3
65	3	4	4	5	4	5	3	3	3	4	5	3	3	5	5	4	3	5	5	4
66	5	4	5	3	5	4	5	3	4	5	4	3	4	3	5	3	5	3	4	4
67	5	4	5	3	5	4	3	5	5	4	5	3	5	3	3	5	5	4	5	3
68	5	4	5	3	4	5	4	3	5	5	4	3	4	5	4	3	5	3	5	4
69	3	3	5	4	3	5	5	4	3	5	4	5	3	4	5	4	3	5	4	4
70	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4
71	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
72	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4
73	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4
74	5	3	4	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5
75	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4
76	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5
77	5	5	4	5	4	6	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4
78	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5
79	6	6	5	4	5	6	6	5	6	5	6	6	5	5	6	5	5	6	6	4
80	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5

81	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
82	5	4	5	5	4	6	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
83	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5
84	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4
85	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5
86	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
87	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
88	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4
89	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5
90	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
91	4	5	6	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5
92	5	5	6	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
93	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
94	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5
95	5	5	6	5	4	5	4	4	5	6	5	6	5	4	5	5	5	5	5	5
96	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5
97	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	6	4	4	5	5	5	5	5	5
98	5	4	5	5	4	6	5	4	5	5	5	6	5	5	6	6	4	5	4	5
99	4	5	6	4	4	5	4	5	4	5	5	6	5	4	5	6	5	5	5	5
100	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	6	5	5	5	4	5	6	5	5
101	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	7	6	6	5	6	5	5	5	5
102	5	7	5	6	6	6	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6	6	5	6	5
103	5	7	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6
104	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5	6	5	5	5	5
105	6	7	6	5	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5
106	6	5	5	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	5	6	5	5
107	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6
108	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	5	6	5	6
109	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5
110	5	5	5	5	6	7	7	6	7	7	6	6	6	7	6	6	6	6	5	7
111	6	5	6	5	6	5	7	7	6	7	6	7	6	7	5	6	5	5	6	7
112	6	5	5	6	6	5	7	6	6	6	5	6	6	7	6	6	6	6	6	6
113	6	5	6	6	6	7	7	6	6	7	6	6	6	7	6	6	6	6	6	7
114	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	6	6	5	6	5	6
115	6	5	7	6	6	7	6	6	6	7	6	7	5	7	6	7	6	5	6	6
116	5	6	6	6	6	7	7	7	7	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6
117	7	5	6	5	6	7	5	5	5	6	7	5	5	7	6	7	7	6	5	7
118	7	6	5	6	6	7	6	5	7	6	5	5	6	5	5	7	7	6	7	5
119	6	5	7	6	6	5	6	7	5	7	6	7	6	7	7	5	5	6	7	7
120	5	6	7	6	6	7	6	5	6	7	5	7	6	7	7	5	5	7	6	7