

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Niat beli produk ramah lingkungan merupakan suatu rencana atau keinginan atau kesiapan seseorang untuk membeli produk ramah lingkungan. Tujuan dari penelitian ini yaitu melakukan kajian kembali faktor-faktor yang secara teoritis dapat memengaruhi niat beli produk ramah lingkungan.

Hasil uji hipotesis yang telah dilakukan ada satu hipotesis yang terdukung dan satu hipotesis yang tidak terdukung. Hipotesis pertama, variabel sikap pembelian produk ramah lingkungan dengan variabel niat beli produk ramah lingkungan terdukung. Hal ini menjelaskan bahwa bila sikap terhadap pembelian produk ramah lingkungan sebagai hasil dari paparan iklan meningkat, maka niat seseorang untuk membeli produk ramah lingkungan juga meningkat. Hipotesis kedua, variabel keefektifan perilaku kelingkungan persepsian tidak memoderasi hubungan antara variabel sikap terhadap pembelian produk ramah lingkungan dan niat beli produk ramah lingkungan.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Peneliti Selanjutnya**

Penelitian hanya dilakukan pada satu kategori produk (sabun cuci), sehingga generalisasi penelitian terbatas. Oleh karena, dalam upaya meningkatkan generalisasi penelitian, riset yang akan datang perlu memperluas kategori produk tidak hanya kategori sabun cuci.

### **5.3 Implikasi Manajerial**

Karena sikap terhadap pembelian produk ramah lingkungan berpengaruh signifikan pada niat membeli produk ramah lingkungan, sementara sikap tersebut timbul dari paparan iklan, maka produk green wash perlu lebih mengintegrasikan kampanye periklanan dalam upaya meningkatkan pembeli produk ramah lingkungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Habib (2009). "Factors In Environmental Advertising Influencing Consumers Purchase Intention".
- Afendi, Noor Afzainiza, Farah Lina Azizan, Aflah Isa Darami (2014). "Determinants of Halal Purchase Intention: Case in Perlis".
- C, Yoon (2014). "The Effectiveness Of Product Placement By Media Types : Impact Of Images And Intention To Purchase". *Journal Of Service Science*. Vol. 7 Nomor 1.
- Chu, Yueh Su, Ching Ming Wu, Karen Iee Fung Wu, dan Yi Fang Chen ( 2016). "Does An Established Offline Store Drive Online Purchase Intention". *International Journal Of Business And Information*. Vol. 14 Nomor 4.
- Edell, A Julie, Marian Chapman Burke (1987). The Power Of Feelings In Understanding Advertising Effects. *Journal Of Consumer*. Vol. 14.
- Ferraz, Batista Ferraz , Claudia Buhamra, Michael Laroche dan Andres Rodriguez Veloso (2017). "Greean Products: A Cross Cultural Study Of Attitude, Intention And Purchase Intention".
- Hansudoh, Agustinus Steven. "Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Pada Produk Top Coffe Di Surabaya".
- Junior, Silva dan Valdecir Braulio Almeida Santos (2017). "Using Environmental Perception and Local Knowledge To Improve The Effectiveness Of An Urban Park In Northeast Brazil". *Ethnobiology And Conservation*.
- Lee, Young Kyung (2017). "A Comparative Study of Green Purchase Intention between Korean and Chinese Consumers: The Moderating Role of Collectivism".
- Lestari, Endah Neti, Siti Aliyati Al Bushari, dan M Zainal Abidin (2018). "Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*. Vol. 1 Nomor 1.
- Ling, Choon Kwek, Tan Hoi Piew, dan Lau Teck Chai (2010). "The Determinants Of Consumers Attitude Towards Advertising". Vol. 6 Nomor 4.

- Manorek, Langling Sutria, Sifrid S. Pangemanan, Farlance Rumokoy ( 2015 ).  
“The Influence Of Brand Image, Advertising, Perceived Price Toward  
Consumer Purchase Intention At Samsung Smartphone”. *Jurnal Emba*. Vol.  
3 Nomor 4.
- Nainggolan, Nora Pitri (2018). Analisis Pengaruh Merek, Potongan Harga dan  
Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Ramayana  
Lestari Sentosa Tbk di Kota Batam. *Jurnal Akuntansi Barelang* Vol. 3 No. 1.
- Pradipta, Ib Gede Surya Pradipta dan Ni Wayan Sri Suprapti (2014). Pengaruh  
Sikap dan Norma Subyektif Terhadap Niat Calon Pemilih Di Kota Denpasar  
Untuk Memilih Partai Demokrat Dalam Pemilu Legislatif Tahun 2014.
- Pradipta, Surya Gede IB, Ni Wayan Sri Suprapti (2013). “Pengaruh Sikap Dan  
Norma Subyektif Terhadap Niat Calon Pemilih Di Kota Denpasar Untuk  
Memilih Partai Demokrat Dalam Pemilu Legislatif”. *Journal Manajemen,  
Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*. Vol. 7 Nomor 1.
- Rezvani, Samin, Goodarz Javadian Dekordi, Muhammad Sabbir Rahman,  
Firoozeh Fouladivanda, Mahsa Habibi dan Sanaz Eghtebasi (2012). “A  
Conceptual Study On The Country Of Origin Effect On Consumer Purchase  
Intention”. *Asian Social Science*. Vol. 8 Nomor 12.
- Sarstedt, Marko. Paul Bengart, Abdel Monim Shaltomi, dan Sebastian Lehmann  
(2017). “The Use Sampling Methods In Advertising Research: A Gap  
Between Theory And Practice”. *International Journal Of Advertising*.
- Straughan, D Robert dan James A Roberts (1999). “Environmental Segmentation  
Alternative : A Look At Green Consumer Behavior In The New  
Millennium”. *Journal Of Consumer Marketing*. Vol. 16 Nomor 6.
- Tsiotsu, Rodoula (2005). “The Role of Perceived Product Quality and Overall  
Satisfaction on Purchase Intentions”.

**L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N**



## KUESIONER

Yth. Responden

Saya akan melakukan penelitian dengan judul : Pengaruh Sikap Terhadap Pembelian Produk Ramah Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan Yang Dimoderasi Oleh Keefektifan Perilaku Kelingkuangan Persepsian . Saya mohon agar Bapak/Ibu/Sdr berkenan mengisi kuesioner dengan sejujurnya. Jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr berikan akan dirahasiakan.

Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

Shintiya

13150330L

### Kuesioner Penelitian

Pengaruh Sikap Terhadap Pembelian Produk Ramah Lingkungan Terhadap Niat Beli Produk Ramah Lingkungan Yang Dimoderasi Oleh Keefektifan Perilaku Kelingkuangan Persepsian

#### 1. Informasii Responden

Mohon untuk memberikan (√) pada pilihan di bawah ini

- Nama : (boleh tidak diisi)
- No HP :
- Usia :  <40 thn  
 >40 thn
- Jenis Kelamin :  Laki-Laki  
 Perempuan
- Pendidikan Terakhir :  Sedang Kuliah  
 D4  
 D3  
 S1  
 S2
- Pekerjaan :  PNS  
 Karyawan Swasta  
 Wirausaha

- Pendapatan Pribadi :  Lain-lain  
 :  < Rp 2.000.000,00  
 :  Rp 2.000.000,00 – Rp 3.000.000,00  
 :  Rp 3.000.000,00 – Rp 4.000.000,00  
 :  > Rp 4.000.000,00

## 2. Petunjuk Menjawab

Mohon untuk memberikan (√) pada setiap pertanyaan yang Anda pilih.

Keterangan :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. CS : Cukup Setuju
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
NB1	Saya mencari informasi produk sabun cuci <i>green wash</i>					
NB2	Saya tertarik dengan produk sabun cuci <i>green wash</i>					
NB3	Saya mencoba produk sabun cuci <i>green wash</i>					
NB4	Saya ingin mengetahui tentang produk sabun cuci <i>green wash</i>					
NB5	Saya akan membeli produk sabun cuci <i>green wash</i>					
STP1	Iklan sabun cuci <i>green wash</i> menarik					
STP2	Iklan sabun cuci <i>green wash</i> dijelaskan secara detail					
STP3	Iklan sabun cuci <i>green wash</i> mempengaruhi saya untuk membeli					
STP4	Iklan sabun cuci <i>green wash</i> dapat digunakan semua kalangan					
KPKP1	Saya mendapat manfaat dari penggunaan produk ramah lingkungan					
KPKP2	Saya ikut melestarikan lingkungan dengan menggunakan produk ramah					

	lingkungan					
KPKP3	Produk ramah lingkungan tidak mencemari lingkungan					

### UJI VALIDITAS

#### Factor Analysis

##### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,640
Approx. Chi-Square		291,765
Bartlett's Test of Sphericity	df	66
	Sig.	,000

##### Communalities

	Initial	Extraction
NB1	1,000	,400
NB2	1,000	,646
NB3	1,000	,773
NB4	1,000	,640
NB5	1,000	,418
STI1	1,000	,676
STI2	1,000	,733
STI3	1,000	,701
STI4	1,000	,511
KPKP1	1,000	,820
KPKP2	1,000	,815
KPKP3	1,000	,837

Extraction Method: Principal Component Analysis.



**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,437	28,638	28,638	3,437	28,638	28,638	2,856	23,804	23,804
2	2,934	24,448	53,086	2,934	24,448	53,086	2,633	21,946	45,749
3	1,600	13,329	66,415	1,600	13,329	66,415	2,480	20,666	66,415
4	1,084	9,033	75,448						
5	,698	5,817	81,265						
6	,625	5,207	86,472						
7	,472	3,931	90,403						
8	,383	3,188	93,591						
9	,312	2,598	96,190						
10	,214	1,779	97,969						
11	,131	1,093	99,062						
12	,113	,938	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
NB1		,542	
NB2		,690	
NB3		,823	
NB4		,724	
NB5		,499	
STI1	,647		-,498
STI2	,749		-,404
STI3	,734		
STI4	,619		
KPKP1	,652		,485
KPKP2	,558	-,560	,435
KPKP3	,579	-,461	,538

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 3 components extracted.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component		
	1	2	3
NB1	,616		
NB2	,792		
NB3	,865		
NB4	,792		
NB5	,635		
STI1		,819	
STI2		,833	
STI3		,805	
STI4		,700	
KPKP1			,883
KPKP2			,876
KPKP3			,909

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

**Component Transformation Matrix**

Component	1	2	3
1	,364	,748	,555
2	,872	-,064	-,486
3	,328	-,660	,675

Extraction Method: Principal Component  
Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser  
Normalization.

**Uji Reliabilitas Niat Beli**  
**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	50	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,798	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NB1	18,10	3,235	,465	,796
NB2	17,90	2,949	,651	,737
NB3	17,90	2,827	,728	,711
NB4	17,92	3,096	,621	,748
NB5	17,94	3,282	,456	,798

## Uji Reliabilitas Sikap Terhadap Pembelian Produk Ramah Lingkungan

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

	N	%
Valid	50	100,0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	50	100,0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
STI1	12,44	3,149	,641	,766
STI2	12,46	3,111	,733	,727
STI3	12,32	2,753	,658	,764
STI4	12,10	3,480	,537	,811

**Uji Reliabilitas Keefektifan Perilaku Kelingkuanganan Persepsian**  
**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	50	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,887	3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPKP1	8,94	1,527	,766	,853
KPKP2	8,88	1,291	,785	,843
KPKP3	8,90	1,480	,802	,823

## Uji Regresi Sederhana Variabel Moderasi

### Regression

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sikap Terhadap Iklan <sup>b</sup>	.	Enter
2	Keefektifan Perilaku Kelingkungan Persepsian <sup>b</sup>	.	Enter
3	Interaksi <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Niat Beli

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df2	Sig. F Change
1	,330 <sup>a</sup>	,109	,098	,46752	,109	10,168	1	83	,002
2	,338 <sup>b</sup>	,114	,093	,46905	,005	,462	1	82	,499
3	,339 <sup>c</sup>	,115	,082	,47172	,001	,071	1	81	,790

a. Predictors: (Constant), Sikap Terhadap Iklan

b. Predictors: (Constant), Sikap Terhadap Iklan, Keefektifan Perilaku Kelingkungan Persepsian

c. Predictors: (Constant), Sikap Terhadap Iklan, Keefektifan Perilaku Kelingkungan Persepsian, Interaksi

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,222	1	2,222	10,168	,002 <sup>b</sup>
	Residual	18,142	83	,219		
	Total	20,364	84			
2	Regression	2,324	2	1,162	5,282	,007 <sup>c</sup>
	Residual	18,040	82	,220		
	Total	20,364	84			
3	Regression	2,340	3	,780	3,505	,019 <sup>d</sup>
	Residual	18,024	81	,223		
	Total	20,364	84			

a. Dependent Variable: Niat Beli

b. Predictors: (Constant), Sikap Terhadap Iklan

c. Predictors: (Constant), Sikap Terhadap Iklan, Keefektifan Perilaku Kelingkungan Persepsian

d. Predictors: (Constant), Sikap Terhadap Iklan, Keefektifan Perilaku Kelingkungan Persepsian, Interaksi

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,154	,373		8,461	,000
	Sikap Terhadap Iklan	,284	,089	,330	3,189	,002
2	(Constant)	2,963	,468		6,338	,000
	Sikap Terhadap Iklan	,260	,096	,303	2,725	,008
	Keefektifan Perilaku	,064	,094	,076	,680	,499
	Kelingkunganan Persepsian					
3	(Constant)	2,200	2,896		,760	,450
	Sikap Terhadap Iklan	,449	,713	,523	,630	,530
	Keefektifan Perilaku	,241	,670	,285	,360	,720
	Kelingkunganan Persepsian					
	Interaksi	-,044	,163	-,354	-,267	,790

a. Dependent Variable: Niat Beli

**Excluded Variables<sup>a</sup>**

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	Keefektifan Perilaku	,076 <sup>b</sup>	,680	,499	,075	,872
	Kelingkunganan Persepsian					
	Interaksi	,119 <sup>b</sup>	,634	,528	,070	,309
2	Interaksi	-,354 <sup>c</sup>	-,267	,790	-,030	,006

a. Dependent Variable: Niat Beli

b. Predictors in the Model: (Constant), Sikap Terhadap Iklan

c. Predictors in the Model: (Constant), Sikap Terhadap Iklan, Keefektifan Perilaku Kelingkunganan Persepsian



Responden	NB1	NB2	NB3	NB4	NB5	STP1	STP2	STP3	STP4	KPKP1	KPKP2	KPKP3	RERATA		
													NB	STP	KPKP
1	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	NB	STP	KPKP
2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4,6	4	5
3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	2	4	4,8	5	5
4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4,8	4,5	3
5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4,8	4,5	4,33333
6	4	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	5	4,2	4,5	5
7	4	3	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4,2	3,5	4,33333
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4,2	3,5	4
9	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5
10	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4,2	4,5	5
11	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4,4	4,25	5
12	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4,8	4,5	4,33333
13	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4,75	4,33333
14	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3,25	4,33333
15	4	5	5	5	5	3	3	3	4	5	5	5	4,4	4,25	5
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4,8	3,25	5
17	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4,4	4,75	5

19	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4,6	4,75	4,66666 7
20	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4,25	4
21	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4,6	4,5	4
22	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4,6	4	4
23	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4,6	4,25	5
24	4	5	4	4	5	3	3	3	4	4	3	3	4,8	4	5
25	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4,4	3,25	3,33333 3
26	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4,6	4	5
27	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3,4	4	5
28	4	4	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5	4	4,25	5
29	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3,75	5
30	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4,2	4	5
31	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4,4	4,75	4,33333 3
32	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4,25	5
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3,5	4
34	5	5	5	5	5	3	3	3	5	4	4	4	5	5	4,33333 3
35	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5	3,5	4
36	5	5	5	5	5	2	3	4	3	4	4	4	5	3,5	4
37	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	3	4
38	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4,25	4,66666 7
39	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4,5	5
40	5	5	5	5	3	3	3	3	4	3	3	3	5	4,25	4,33333

															3
41	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4,6	3,25	3
42	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4,6	4,25	3
43	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4
44	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4,2	4,5	4
45	3	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3,8	4,25	4,33333 3
46	3	4	5	5	4	4	4	3	3	4	5	5	3,4	3,25	4
47	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4,2	3,5	4,66666 7
48	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4
49	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4,4	4,75	5
50	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4,75	5
51	4	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4,4	3,5	4,33333 3
52	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3,2	3,25	3,66666 7
53	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4,4	5	5
54	4	4	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	4,5	5
55	4	3	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3,8	4	5
56	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3,2	3,25	3,66666 7
57	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4,4	5	5
58	4	3	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	4,5	5
59	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	3,6	4	5
60	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4,4	4,75	4,33333 3

61	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3,25	4,33333 3
62	4	4	5	5	4	3	3	3	4	5	5	5	4	4,25	5
63	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4,4	3,25	5
64	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4,4	5	5
65	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4,2	4,75	5
66	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4,4	4,75	4,66666 7
67	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4,6	4,5	5
68	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3,8	3,5	4,33333 3
69	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	3,6	3,5	4
70	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3,4	4	5
71	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4,5	5
72	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4,4	4,25	5
73	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4,4	4,5	4,33333 3
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4,4	4,75	4,33333 3
75	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
76	4	4	3	3	3	5	5	4	4	3	2	4	4,4	5	5
77	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3,4	4,5	3
78	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4,6	4,5	4,33333 3
79	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4,6	4,5	5
80	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3,8	3,5	4,33333 3

81	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3,6	3,5	4
82	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4,4	4,5	4
83	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4,2	4,5	4
84	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4,4	4,5	4
85	3	3	2	4	3	4	3	2	4	3	2	4	4,4	4,25	4,33333 3
													3	3,25	3