

## HASIL PENELITIAN



### PENGARUH ARTIFICIAL INTELLIGENCE MARKETING DAN LEADERSHIP STYLE TERHADAP KINERJA UKM

Oleh;

Dr. Budi Permana SE, MM (0416057001)

Dr. Adityo Ari Wibowo SE, MM (0325117707)

Dr. Amilia Zainita SE, MM (0902077001)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR HAMKA  
JAKARTA  
2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**Penelitian Mandiri**

**Judul Penelitian**

PENGARUH ARTIFICIAL INTELLIGENCE MARKETING  
DAN LEADERSHIP STYLE TERHADAP KINERJA UKM

Ketua Peneliti : Dr. Budi Permana Yusuf SE., MM  
Fakultas /Program Studi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/Manajemen  
NIDN : 0416057001  
Anggota Peneliti : Dr. Adityo Ari Wibowo  
NIDN : 0325117788  
Anggota Peneliti : Dr. Amilia Zainita  
NIDN : 0902077001  
Waktu Penelitian : 6 Bulan

**Luaran Penelitian**

Luaran Wajib : Artikel Status minimal : Draft

Jakarta, 08 Januari 2024

Mengetahui,  
Ketua Program Studi

Ketua Peneliti




**Arif Widodo Nugroho SE., MM**  
**NIDN. 0325068802**

**Dr. Budi Permana Yusuf., MM**  
**NIDN. 0416057001**

Menyetujui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Lemlitbang UHAMKA



**Dr. Zulpanmi, M.Si**  
**NIDN.0308097403**



**Dr. apt. Supandi M.Si**  
**NIDN.0319067801**

## DAFTAR ISI

|   |    |
|---|----|
| DAFTAR ISI.....                             | i  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                      | 1  |
| 1.2 IDENTIFIKASI MASALAH.....               | 2  |
| 1.3 TUJUAN PENELITIAN.....                  | 2  |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA.....                  | 3  |
| HIPOTESIS.....                              | 4  |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....          | 5  |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 7  |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....             | 9  |
| DAFTAR PUSTAKA.....                         | 10 |
| LAMPIRAN.....                               | 11 |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang Masalah.

Artificial intelligence marketing sedang trend saat ini karena merupakan suatu aplikasi atau suatu pemrograman computer yang sangat membantu manusia karena bisa menggantikan pekerjaan manusia karena bisa berpikir seperti manusia, mengambil suatu keputusan seperti manusia, menjawab pertanyaan-pertanyaan seperti manusia, mendata konsumen potensial, memberikan kuesioner-kuesioner kepada konsumen untuk kemudian data tersebut bisa disimpan dan diolah dan bisa disajikan sebagai bahan pertimbangan para pelaku UMKM.

Setelah melewati masa kontraksi ekonomi akibat pandemic covid 19 saat ini sejumlah negara mengkhawatirkan terjafnya isu ancaman resesi disebabkan ancaman resesi ekonomi global akibat inflasi global karena pandemic dan perang Rusia dengan Ukraina yang disertai adanya pengetatan kebijakan moneter di negara maju. Menurut Menteri keuangan Sri Mulyani : perekonomian Indonesia dihadapkan pada perubahan cepat dan fundamental mendorong kondisi perekonomian yang lebih stabil di twngah isu resesi ekonomi global saat ini. Secara umum resesi ekonomi dapat dimaknai sebagai suatu kondisi dimana perekonomian suatu negara mengalami penurunan berdasarkan dari produk domestic bruto jumlah perekonomian yang bernilai negative dselama dua kuartal berturut-turu. UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia terutama Ketika terjadi krisis UMKM bisa melewati krisis moneter pada tahun 1998 silam pada masa pandemic covid 19. UMKM merupakan perekonomian Indonesia yang Mandiri dan memiliki potensi yang besar untuk meningkatkan kesejahteraan Masyarakat.

### 1.3 Tujuan Penelitian.

1. Untuk mengetahui pengaruh artificial intelligence marketing terhadap kinerja UKM.
2. Untuk mengetahui pengaruh dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja UKM.
3. Untuk mengetahui pengaruh artificial intelligence marketing dan leadership style terhadap kinerja UKM.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

Artificial intelligence marketing menurut A Simon (1987) adalah sebagai berikut : artificial intelligence marketing merupakan Kawasan industry, aplikasi dan instruksi yang terikat dengan pemrograman Computer untuk melakukan sesuatu hal yang dalam pandangan manusia disebut cerdas. Artificial intelligence marketing menurut Mc carty (2007) merupakan suatu Langkah untuk membuat dan melakukan pembuatan penciptaan robot, atau aplikasi atau pemrograman, yang bekerja secara cerdas seperti manusia. Artificial marketing menurut Jackson 1997 merupakan suatu aplikasi atau suatu program dalam computer yang merepresentasikan pengetahuan dan beberapa pengetahuan lainnya. Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat dibuat sintesis sebagai bahwa artificial intelligence marketing merupakan Suatu aplikasi atau program yang bisa berpikir sendiri seperti manusia.

Leadership style menurut Notoatmojo (2009 : 16) : Pelatihan merupakan suatu cara untuk mengembangkan sumberdaya manusia. Leadership style menurut Dessler (205 : 280): Memberikan pengajaran sumber daya Manusia kepada karyawan baru untuk melakukan pekerjaannya. Leadership style menurut Veitzal ((2004 : 226) menegaskan bahwa leadership style Merupakan proses mengubah perilaku karyawan untuk mencapai tujuan organisasi. Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat dibuat sintesis sebagai berikut : leadership style merupakan suatu proses mengubah sumberdaya manusia untuk mencapai tujuan.

Kinerja UMKM menurut Dinar (2017 : 9) : Kinerja UMKM merupakan suatu hasil kinerja seseorang atau organisasi dalam melaksanakan tugas yang dibebankan kepadanya. Kinerja UMKM menurut Aribawa (2016 : 2) : Kinerja UMKM merupakan hasil kerja seseorang atau organisasi dan dapat diselesaikan dengan tugas individu tersebut di dalam organisasi. Kinerja UMKM menurut Yendrawati (2013 : 9) : Kinerja UMKM merupakan

kemampuan seseorang atau individu di dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan. Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat dibuat sintesis sebagai berikut : Kinerja UMKM merupakan Hasil kerja dari seseorang atau organisasi dalam periode waktu tertentu.

#### HIPOTESIS.

H1 : Tolak Ho, Terdapat pengaruh positif artificial intelligence marketing terhadap kinerja UMKM.

H1 : Tolak Ho, Terdapat pengaruh positif Leadership style terhadap kinerja UMKM.

H1 : Tolak Ho, Terdapat pengaruh positif artificial intelligence marketing dan Leadership style terhadap kinerja UMKM.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Metode Penelitian.**

Metodologi penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif verifikatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif digunakan karena merupakan metode penelitian yang paling tepat untuk menjawab tujuan penelitian sebagai berikut : 1. untuk mengetahui sampai seberapa besar pengaruh artificial intelligence marketing terhadap kinerja UMKM 2. Untuk mengetahui sampai seberapa besar pengaruh pelatihan terhadap kinerja UNKM 3. Untuk mengetahui sampai seberapa besar pengaruh artificial intelligence marketing dan pelatihan secara Bersama-sama terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini berjudul Pengaruh artificial intelligence marketing dan leadership style terhadap kinerja UMKM Generasi milenial dengan artificial intelligence marketing sebagai variable X, leadership style sebagai variabel X2 dan kinerja UMKM sebagai variable Y. Objek penelitiannya yaitu para pelaku UMKM Milenial yang berdomisili di kecamatan Bekasi Barat.

### **3.2 Jadwal Penelitian.**



TABEL 3.2

Jadwal Penelitian.

| Kegiatan                | Agus | Sept | OKt | Nov | Des | Jan |
|-------------------------|------|------|-----|-----|-----|-----|
| Observasi               | V    |      |     |     |     |     |
| Pengumpulan data        |      | V    |     |     |     |     |
| Pembuatan proposal      |      |      | V   |     |     |     |
| Penyebaran kuesioner    |      |      |     | V   |     |     |
| Pengolahan data         |      |      |     |     | V   |     |
| Penyelesaian penelitian |      |      |     |     |     | V   |

### 3.3 Operasionalisasi Variabel

TABEL 3.3

## Operasionalisasi Variabel

| Variabel                          | Konsep Variabel   | Dimensi  | Indikator   | Alat Pengukuran |
|-----------------------------------|---|--|---|-----------------|
| Artificial intelligence Marketing | Serangkaian komponen yang dapat berpikir dan mengambil keputusan sendiri. | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kecanggihan</li> <li>- Kemudahan operasional.</li> </ul>              | <ul style="list-style-type: none"> <li>1.Tingkat kecanggihan</li> <li>2. Tingkat kecepatan.</li> <li>1.Tingkat kecanggihan</li> <li>2.Tingkat kemudahan.</li> </ul> | Interval        |
| Pelatihan                         | Menggunakan metode pengerjaan yang terbaik untuk mencapai tujuan.         | <ul style="list-style-type: none"> <li>1.Metode</li> <li>2.Praktik terbaik.</li> </ul>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>1.Tingkat metode.</li> <li>2.Tingkat kecepatan.</li> <li>1.Tingkat metode</li> <li>2.Tingkat kecepatan.</li> </ul>           | Interval        |
| Kinerja                           | Hasil yang diperoleh.   | <ul style="list-style-type: none"> <li>1. Hasil yang direncanakan</li> <li>2. Hasil yang diperoleh.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>1.Tingkat hasil yang direncanakan</li> <li>2.Tingkat hasil yang terjadi.</li> </ul>  | Interval.       |

## 3.4 Populasi dan sampel.

Populasi dalam penelitian ini yaitu pelaku UMKM milenial di kecamatan Bekasi Barat sebanyak 60 orang. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode sample jenuh sebanyak 60 pelaku usaha UMKM di kecamatan Bekasi Barat.

## 3.5 Analisis Data.

Untuk mengetahui data tersebut sah maka dilakukan uji validitas data. Untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan itu reliabel atau tidak untuk dipergunakan dalam penelitian ini dipergunakan uji reliabilitas.

#### **BAB IV**

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian dan Pembahasan.

Berdasarkan hasil penelitian dengan variable pelatihan terdiri dari 15 pertanyaan dengan responden berjumlah 60 menunjukkan bahwa variable pelatihan dengan skor total 354 dan nilai rata-rata sebesar 243 dinyatakan dengan kriteria sangat setuju. Hasil dari 15 pertanyaan tiap indicator 14 menyatakan bahwa mereka sangat setuju. Jawaban setuju ada pada pernyataan bahwa materi pelatihan sangat bermanfaat. Jawaban setuju sebanyak 1 responden yang menjawab setuju. Jawaban setuju ada pada pernyataan instruksi mempunyai kompetensi yang bagus. Jawaban cukup setuju ada pada pernyataan penjelasan instruktur sangat baik. Jawaban tidak setuju ada pada pernyataan bahwa pelatihan ini tidak ada gunanya sebanyak 51 responden menjawab tidak setuju. Jawaban yang menjawab sangat tidak setuju ada pada pernyataan mengenai Penjelasan instruktur tidak jelas. Skor tertinggi diperoleh dari pernyataan Instruktur sangat bagus di dalam melaksanakan pelatihan dengan skor 547. Skor terendah dari responden ada pada pernyataan instruktur tidak memiliki kompetensi yang bagus dengan skor 176.

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat terlihat bahwa variable pelatihan mempunyai pengaruh langsung positif terhadap kinerja UMKM di kota Bekasi. Hal ini sesuai dengan penelitian Gary Dessler (2015 : 284) bahwa variable pelatihan mempunyai pengaruh langsung positif terhadap kinerja UMKM. Dengan demikian penelitian ini mendukung penelitian Gary Dessler bahwa Variabel pelatihan mempunyai pengaruh langsung positif terhadap kinerja UMKM.

Hal ini sesuai dengan penelitian (Rivai : 2009) mengenai bahwa pelatihan merupakan salah satu Upaya kegiatan dalam rangka meningkatkan kinerja UMKM.

2. Pengaruh artificial intelligence marketing dan pelatihan terhadap kinerja UMKM di kabupaten Bekasi.

Dengan memasukkan tabulasi skor total dari jawaban responden untuk pernyataan-pernyataan berdasarkan indicator-indikator variable pelatihan dimana variable-pelatihan diturunkan menjadi beberapa dimensi kemudian setiap dimensi terdiri dari dua indicator dimana pernyataan-pernyataan kuesioner dibuat berdasarkan indicator-indikator yang dibuat. Demikian juga dengan variable artificial intelligence dan variable kinerja UMKM diperlakukan hal yang sama.

a. Pengaruh artificial intelligence marketing terhadap kinerja UMKM DI kotamadya Bekasi.

Dengan memasukkan tabulasi skor total dari jawaban responden untuk pernyataan-pernyataan berdasarkan indicator-indikator variable artificial intelligence marketing dimana variable artificial intelligence marketing diturunkan menjadi beberapa dimensi kemudian setiap dimensi terdiri dari dua indicator dimana pernyataan-pernyataan kuesioner dibuat berdasarkan indicator-indikator yang dibuat. Berdasarkan Tabel Coefficient terlihat bahwa tingkat significant sebesar  $0.000 < 0/05$  maka tolak  $H_0$  berarti  $H_1$  diterima terdapat pengaruh artificial intelligence marketing terhadap kinerja UMKM.

b. Pengaruh Pelatihan terhadap kinerja UMKM DI kotamadya Bekasi.

Dengan memasukkan tabulasi skor total dari jawaban responden untuk pernyataan-pernyataan berdasarkan indicator-indikator variable artificial intelligence marketing dimana variable pelatihan diturunkan menjadi beberapa dimensi kemudian setiap dimensi terdiri dari dua indicator dimana pernyataan-pernyataan kuesioner dibuat berdasarkan indicator-indikator yang dibuat. Berdasarkan Tabel Coefficient terlihat

bahwa tingkat significant sebesar  $0.000 < 0/05$  maka tolak  $H_0$  berarti  $H_1$  diterima terdapat pengaruh pelatihan terhadap kinerja UMKM.

- c. Pengaruh Artificial intelligence marketing dan Pelatihan terhadap kinerja UMKM DI kotamadya Bekasi.

Dengan memasukkan tabulasi skor total dari jawaban responden untuk penyaraan-pernyataan berdasarkan indicator-indikator variable artificial intelligence marketing dimana variable Artificial intelligence marketing dan Pelatihan diturunkan menjadi beberapa dimensi kemudian setiap dimensi terdiri dari dua indicator dimana pernyataan-pernyataan kuesioner dibuat berdasarkan indicator-indikator yang dibuat. Berdasarkan Tabel anova terlihat bahwa tingkat significant sebesar  $0.000 < 0/05$  maka tolak  $H_0$  berarti  $H_1$  diterima terdapat pengaruh Artificial intelligence marketing dan Pelatihan terhadap kinerja UMKM.

## **BAB V**

## **KESIMPULAN DAN SARAN.**

### 5.1 Kesimpulan.

1. Dengan memasukkan tabulasi skor total dari jawaban responden untuk pernyataan-pernyataan berdasarkan indikator-indikator variable artificial intelligence marketing dimana variable artificial intelligence marketing diturunkan menjadi beberapa dimensi kemudian setiap dimensi terdiri dari dua indikator dimana pernyataan-pernyataan kuesioner dibuat berdasarkan indikator-indikator yang dibuat. Berdasarkan Tabel Coefficient terlihat bahwa tingkat significant sebesar  $0.000 < 0/05$  maka tolak  $H_0$  berarti  $H_1$  diterima terdapat pengaruh artificial intelligence marketing terhadap kinerja UMKM.

2. Dengan memasukkan tabulasi skor total dari jawaban responden untuk pernyataan-pernyataan berdasarkan indikator-indikator variable artificial intelligence marketing dimana variable pelatihan diturunkan menjadi beberapa dimensi kemudian setiap dimensi terdiri dari dua indikator dimana pernyataan-pernyataan kuesioner dibuat berdasarkan indikator-indikator yang dibuat. Berdasarkan Tabel Coefficient terlihat bahwa tingkat significant sebesar  $0.000 < 0/05$  maka tolak  $H_0$  berarti  $H_1$  diterima terdapat pengaruh pelatihan terhadap kinerja UMKM.

3. Dengan memasukkan tabulasi skor total dari jawaban responden untuk pernyataan-pernyataan berdasarkan indikator-indikator variable artificial intelligence marketing dimana variable Artificial intelligence marketing dan Pelatihan diturunkan menjadi beberapa dimensi kemudian setiap dimensi terdiri dari dua indikator dimana

pernyataan-pernyataan kuesioner dibuat berdasarkan indicator-indikator yang dibuat. Berdasarkan Tabel anova terlihat bahwa tingkat significant sebesar  $0.000 < 0/05$  maka tolak  $H_0$  berarti  $H_1$  diterima terdapat pengaruh Artificial intelligence marketing dan Pelatihan terhadap kinerja UMKM.

## 5.2 Saran

1. Pelaku UMKM sebaiknya terus menerus mengembangkan artificial intelligence marketing untuk memberikan kepuasan kepada para konsumen.
2. Pelaku UMKM sebaiknya secara rutin mengadakan pelatihan manajemen untuk mengembangkan UMKM nya.
3. Pelaku Ekonomi sebaiknya mengembangkan artifial intelligence marketing untuk melayani konsumen dan secara rutin mengadakan sleadership style agar UMKM nya menjadi terus berkembang.



Alisa afusah, John Yaw (2019), Influence of leadership style on organizational performance at TumaKavi development, open journal of leadership, Tamale.

Aviolisa (2021), Pengaruh Artificial Intelligence marketing terhadap pengalaman pelanggan, Adbispreneur, Bandung.

Alfiyah (2019), Pengaruh penerapan e-government terhadap pembangunan Smart city di kabupaten Sumenep. Jurnal inovasi ilmu social dan politik, Malang.behaviobehavioral

Badrisang Mohammed, Samsudin Wahab (2015), Organizational performance and leadership style, Procedua Social and behavioral science, Kuching.

Khairani (2020), pengaruh komunikasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Banjarmasin Mall Smart City, uniska.djm.ac.id, Banjarmasin.

M. angelidou (2014), kebijakan Smart city : Pendekatan spasial, researchgate.net, Amsterdam.

Pramesti (2020), Perbandingan Smart city di kota Surabaya dan Malang, semanticscholar.org Samarinda.

## LAMPIRAN

| NO | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|
| 1  | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5  | 4  | 4  |

|     |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2   | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 3   | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4   | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5   | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 6   | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 |
| 7   | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 2 |
| 8   | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 9   | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 10  | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 11  | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 12  | 5 | 5 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 13  | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 14  | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 15  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 16  | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 17  | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 18  | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 19  | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 20  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 21  | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 22  | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 23  | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 24  | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 25  | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 26  | 3 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 27  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 28  | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 29  | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 30  | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 31  | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 32  | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 33  | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 34  | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 35  | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 36  | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 37  | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 28  | 3 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 39  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 40  | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 41  | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 42  | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 43  | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 44  | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | E | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 45  | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 46  | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 47  | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 48  | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 49  | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 50  | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 51  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 52  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 53  | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 54  | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 55  | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 5 |
| 56  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 557 | 4 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 58  | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 59  | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |

|    |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 60 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|