

# SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,  
DAN TINGKAT KEPERCAYAAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
DI CV SUBAGIO AIRCORN SURABAYA**



Oleh :

**ILHAM RAHMAWAN**  
NBI : 1211900146

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2023**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,  
DAN TINGKAT KEPECAPAAN MELALUI KEPUASAN  
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
DI CV SUBAGIO AIRCORN SURABAYA**



**Disusun Oleh :**

**ILHAM RAHMAWAN**

**NBI : 1211900146**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
2023**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,  
DAN TINGKAT KEPECAAYAAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN  
DI CV SUBAGIO AIRCORN SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi  
Program Studi Manajemen Pemasaran**

**Disusun Oleh:**

**ILHAM RAHMAWAN**

**NBI : 1211900146**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Nama lengkap : **ILHAM RAHMAWAN**

NBI : 1211900146

Fakultas : **Ekonomi Dan Bisnis**

Prodi : **Manajemen Pemasaran**

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,  
DAN TINGKAT KEPELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI CV  
SUBAGIO AIRCORN SURABAYA**

Surabaya, *26 Juni*, 20*23*


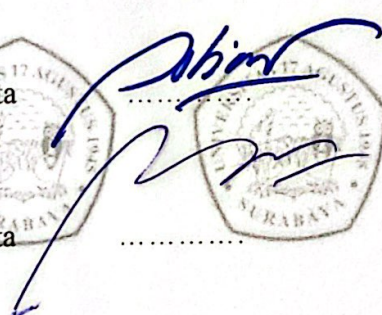
Mengetahui / Menyetujui  
Pembimbing,

  
Dr. Ida Bagus Cempena, MM

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang dewan penguji skripsi fakultas ekonomi dan bisnis iniversitas 17 agustus 1945 surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana manajemen pada tanggal Juni 2023.

### **TIM PENGUJI:**

1. Dr. Ida Bagus Cempena, MM -Ketua 
2. Drs. Ec. Istiono , MBA -Anggota 
3. Drs. Kridha Hery Gunawan, M.M -Anggota

Mengesahkan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Dekan,

  
Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

NPP: 20220.93.0319

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama lengkap : ILHAM RAHMAWAN

NBI : 1211900146

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Prodi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,  
DAN TINGKAT KEPECAPAAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI CV  
SUBAGIO AIRCORN SURABAYA

Surabaya, 4 April 2023

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing

Dr. Ida Bagus Cempena, MM

## **SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap (KTP) : ILHAM RAHMAWAN  
NBI : 1211900146  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN TINGKAT KEPELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI CV SUBAGIO AIRCORN SURABAYA”**

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 26 Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan



(ILHAM RAHMAWAN)



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
email : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap (KTP) : ILHAM RAHMAWAN  
NBI : 1211900146  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul :  
**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN TINGKAT KEPECAPAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI CV SUBAGIO AIRCORN SURABAYA”**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada Tanggal :

Yang Menyatakan,



(ILHAM RAHMAWAN)





## ABSTRAK

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN TINGKAT KEPELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN LOYALITAS PELANGGAN DI CV SUBAGIO AIRCORN SURABAYA**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan objek penelitian sebuah perusahaan jasa dikawasan Suarabaya, tepatnya di jalan Kendangsari gg 11 no 32 surabaya. Peneliti sengaja memilih objek penelitian di CV SUBAGIOAIRCORN Surabaya dikarenakan banyak pelanggan yang membandingkan bahwa pelayanan dan harga yang kami berikan lebih baik dari yang lainnya. Selain kualitas pelayanan, persepsi harga juga mempengaruhi kepuasan pada konsumen. Penelitian bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan tingkat kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada SBAC Surabaya; serta untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada SBAC Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi sampel adalah 89 pelanggan yang tercatat di dalam kantor SUBAGIOAIRCORN Surabaya. Metode sampling menggunakan *puposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Angket (Kuesioner). Teknik Analisis Data menggunakan uji model menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) menggunakan software *SmartPLS 3.0*.

Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan, sedangkan persepsi harga tidak berpengaruh signifikan. Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan adalah persepsi harga, tingkat kepercayaan dan kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Tingkat Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan**

**ABSTRACT**  
**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND**  
**LEVEL OF TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER**  
**LOYALTY AT CV SUBAGIO AIRCORN**  
**SURABAYA**

*In this study, the researcher used the research object of a service company in the Suarabaya area, precisely on Jalan Kendangsari gg 11 no 32 Surabaya. The researcher deliberately chose the research object at CV SUBAGIOAIRCORN Surabaya because many customers compare that the service and prices we provide are better than the others. In addition to service quality, price perceptions also affect customer satisfaction. The research aims to prove and analyze the effect of service quality, price perception and level of trust on customer satisfaction and customer loyalty at SBAC Surabaya; as well as to prove and analyze the effect of customer satisfaction on customer loyalty at SBAC Surabaya.*

*This study uses a quantitative approach. The sample population is 89 customers registered in the SUBAGIOAIRCORN Surabaya office. The sampling method uses purposive sampling. The data collection technique in this study is a questionnaire (questionnaire). Data analysis techniques using model tests using the Structural Equation Model (SEM) with the Partial Least Square (PLS) approach using SmartPLS 3.0 software.*

*The results of the analysis can be concluded that the factors that have a significant effect on customer satisfaction are the quality of service and the level of trust, while the perceived price has no significant effect. Factors that significantly influence customer loyalty are price perceptions, levels of customer trust and satisfaction, while service quality has no significant effect.*

**Keywords** : **Service Quality, Perceived Price, Level of Trust, Customer Satisfaction, Customer Loyalty**

## **RINGKASAN**

Pada zaman dimana semakin berkembang, yang bisa menjadikan banyak terjadinya persaingan di dalam pemasaran. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan objek penelitian sebuah perusahaan jasa dikawasan Suarabaya, tepatnya di jalan Kendangsari gg11 no 32 surabaya. Peneliti sengaja memilih objek penelitian di CV SUBAGIOAIRCORN Surabaya dikarenakan banyak pelanggan yang membandingkan bahwa pelayanan dan harga yang kami berikan lebih baik dari yang lainnya.

Kualitas pelayanan adalah faktor utama keberhasilan sebuah perusahaan, karena dengan kualitas pelayanan baik dapat memberi nilai lebih terhadap para konsumen dan juga bisa mempengaruhi kepuasan konsumen karena terjadinya interaksi antara konsumen dengan perusahaan yang bisa saling bekerja sama. Selain kualitas pelayanan, persepsi harga juga mempengaruhi kepuasan pada konsumen. Jadi dalam persepsi harga ini masing-masing individu memberikan penilaiannya tidak sama antara konsumen satu dengan konsumen lainnya.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tanggapan dari konsumen atas kinerja yang telah diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur perusahaan untuk menilai kualitas pelayanan, harga, dan kepercayaan konsumen. Jika konsumen tidak puas tentunya konsumen tidak akan kembali lagi dan mungkin bisa juga mengeluhkan ketidakpuasannya kepada konsumen lain. Tentunya hal ini akan menjadi ancaman bagi pengusaha tersebut. Kepuasan pelanggan tidak hanya bisa diraih dengan kualitas pelayanan dan harga

ataupun produk saja, akan tetapi ada faktor-faktor lain yang dapat mendukung terpenuhinya kepuasan konsumen.

Kualitas pelayanan yang optimal dapat dijadikan sebagai salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan yang optimal diharapkan akan mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga akan menciptakan kepuasan dan loyalitas perusahaan. Pelanggan yang loyal merupakan aset berharga untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan dalam persaingan pasar yang ketat. Jadi dalam bisnis barang atau jasa, perusahaan harus mempunyai strategi yang bisa menjadikan pelanggan menjadi puas dan loyal kepada perusahaan, karena konsumen akan merasakan kepuasan serta loyal yang bisa mendatangkan konsumen yang baru dengan merekomendasikan perusahaan itu kepada orang lain.

Saat ini banyak masyarakat yang menggunakan AC untuk kenyamanan dalam beristirahat maupun bekerja, masyarakat yang menggunakan teknologi AC tersebut harus juga melakukan perbaikan atau perawatan secara maksimal agar mereka bisa beristirahat dan bekerja dengan nyaman. Oleh karena itu banyak perusahaan yang mendirikan jasa perbaikan atau perawatan AC yang bisa digunakan oleh masyarakat, sehingga banyak persaingan dan perbandingan pelanggan perusahaan mana yang memberikan pelayanan dan harga yang terbaik untuk mereka gunakan. Banyak pelanggan yang merasa bahwa mereka merasa tertipu atas pelayanan yang diberikan perusahaan lain karena AC yang telah dilakukan perbaikan atau perawatan tidak lebih baik dari sebelumnya sehingga membuat pelanggan merasa

kecewa terhadap pelayanan dan harga serta kepercayaan yang telah diberikan oleh perusahaan.

Masalah ini yang membuat peneliti merasa tertarik untuk mengetahui bagaimana yang pelayanan dan harga yang diberikan oleh CV SUBAGIOAIRCORN oleh pelanggan sehingga banyak pelanggan yang percaya menggunakan jasa diperusahaan ini dibandingkan yang lainnya.

Penelitian bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan tingkat kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada SBAC Surabaya; serta untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada SBAC Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi sampel adalah 89 pelanggan yang tercatat di dalam kantor SUBAGIOAIRCORN Surabaya. Metode sampling menggunakan *puposive sampling*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah Angket (Kuesioner). Teknik Analisis Data menggunakan uji model menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) menggunakan software *SmartPLS 3.0*.

Hasil analisis dapat disimpulkan bahwa faktor yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan dan tingkat kepercayaan, sedangkan persepsi harga tidak berpengaruh signifikan. Faktor yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan adalah persepsi harga, tingkat kepercayaan dan kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	ii
<i>ABSTRACT</i> .....	3
RINGKASAN.....	4
DAFTAR ISI .....	7
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1.Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Penelitian .....	9
1.4.1 Manfaat Praktis .....	9
1.4.2. Manfaat Akademis .....	10
<b>BAB II</b> 11	
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
<b>2.1.</b> Landasan Teori .....	11
2.1.1. Manajemen Pemasaran .....	11
2.1.2. Bauran Pemasaran .....	12
2.1.3. Perilaku Konsumen.....	13
2.1.4. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	14
2.1.4.1 Definisi Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan.....	15
2.1.4.3 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	19

2.1.4.4	Indikator kualitas pelayanan .....	23
2.1.4.5	Mengukur Kualitas Pelayanan .....	24
2.1.5.	Persepsi Harga (X <sub>2</sub> ) .....	25
2.1.5.1	Definisi persepsi harga.....	25
2.1.5.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi harga .....	26
2.1.5.3	Dimensi persepsi harga .....	28
2.1.5.4	Indikator persepsi harga.....	30
2.1.5.5	Pengukuran persepsi harga .....	31
2.1.6.	Tingkat Kepercayaan Konsumen (X <sub>3</sub> ) .....	32
2.1.6.1	Definisi tingkat kepercayaan konsumen .....	32
2.1.6.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan kosumen.....	33
2.1.6.3	Dimensi tingkat kepercayaan konsumen .....	35
2.1.6.4	Indikator tingkat kepercayaan konsumen .....	35
2.1.6.5	Mengukur tingkat kepercayaan konsumen .....	36
2.1.7.	Kepuasan Pelanggan (Z) .....	38
2.1.7.1	Definisi kepuasan pelanggan .....	38
2.1.7.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.....	39
2.1.7.3	Dimensi kepuasan pelanggan.....	41
2.1.7.4	Indikator kepuasan pelanggan .....	43
2.1.7.5	Pengukuran kepuasan pelanggan .....	44
2.1.8.	Loyalitas Pelanggan (Y).....	46
2.1.8.1	Definisi Loyalitas Pelanggan.....	46
2.1.8.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan .....	47
2.1.8.3	Dimensi loyalitas pelanggan.....	51
2.1.8.4	Indikator Loyalitas Pelanggan .....	52
2.1.8.5	Mengukur Loyalitas Pelanggan .....	53
<b>2.2.</b>	<b>Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>54</b>
<b>2.3.</b>	<b>Hubungan Antar Variabel Penelitian .....</b>	<b>57</b>
2.3.1.	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	57
2.3.2.	Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	58
2.3.3.	Tingkat Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	59
2.3.4.	Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	60
2.3.5.	Persepsi Harga Tehadap Loyalitas Pelanggan .....	60
2.3.6.	Tingkat kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	61
2.3.7.	Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	62
<b>2.4.</b>	<b>Kerangka Konseptual.....</b>	<b>63</b>
<b>2.5.</b>	<b>Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>64</b>
<b>BAB III</b>	<b>.....</b>	<b>74</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>.....</b>	<b>74</b>
<b>3.1.</b>	<b>Desain Penelitian .....</b>	<b>74</b>



3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	75
3.2.1. Lokasi Penelitian.....	75
3.2.2. Waktu Penelitian.....	75
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	75
3.3.1. Jenis Data .....	75
3.3.2. Sumber Data .....	75
3.1.2.1 Data Primer .....	76
3.1.2.2 Data Sekunder .....	76
3.4. Populasi dan Sampel.....	76
3.4.1. Populasi Penelitian.....	76
3.4.2. Sampel Penelitian .....	77
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	79
3.6. Definisi Variabel dan Definisi Operasional .....	80
3.6.1. Definisi Variabel .....	80
3.6.1.1 Kualitas Pelayanan (X1).....	82
3.6.1.2 Persepsi Harga (X2).....	83
3.6.1.3 Tingkat Kepercayaan (X3).....	84
3.6.1.4 Kepuasan Pelanggan (Z).....	85
3.6.1.5 Loyalitas Pelanggan (Y) .....	86
3.6.2. Definisi Operasional Variabel.....	87
3.7. Proses Pengolahan Data.....	98
3.8. Metode Analisa Data.....	100
3.9. Teknik Analisa Data dan Pengujian Hipotesis.....	100
3.9.1. Teknik Analisa Data .....	100
3.9.1.1 Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	101
3.9.1.2 Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	101
3.9.2. Uji Hipotesis .....	102
<b>BAB IV .....</b>	<b>103</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>103</b>
4.1. Gambaran Umum Obyek (Subyek) Penelitian .....	103
4.2. Detesis Masing-Masing Variabel.....	104
4.2.1. Analisis Deskriptif .....	104
4.2.1.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	104
4.2.1.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	105
4.2.2. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	114
4.2.2.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	114
4.2.2.2 Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	121
4.2.3. Pengujian Hipotesis .....	124

<b>4.3. Pembahasan.....</b>	<b>128</b>
4.3.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	128
4.3.2. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan .....	129
4.3.3. Pengaruh Tingkat Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	129
4.3.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	130
4.3.5. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan .....	131
4.3.6. Pengaruh Tingkat Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	132
4.3.7. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.....	132
<b>BAB V .....</b>	<b>134</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>134</b>
<b>5.1. Simpulan .....</b>	<b>134</b>
<b>5.2. Saran .....</b>	<b>136</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>138</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>142</b>