

**PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA DAN PERSEPSI
MASYARAKAT TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
MEMILIH PRODUK MAKANAN OTTOGI YEUL RAMEN**

(Studi Kasus Didesa Ngulak III, Kec. Sanga Desa, Kab. MUBA SumSel)



SKRIPSI

OLEH

ROSANI

201901082P

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana

Pada Program Studi Ekonomi Syariah

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI & PENDIDIKAN TINGGI

SEKOLAH TINGGI EKONOMI DAN BISNIS SYARIAH

INDO GLOBAL MANDIRI

PALEMBANG

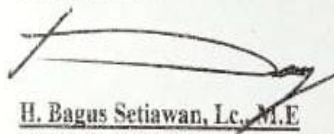
2021

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Persepsi Masyarakat Terhadap
Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Makanan Ottogi Yeul
Ramen (Studi Kasus Di Desa Ngulak III, Kec. Sanga Desa, Kab.
MUBA, Sumsel
Nama : Rosani
NPM : 201901082P
Program Studi : Ekonomi Syariah

Pembimbing I

Amir Salim, S.T., M.E
NIDN. 2122028302

Pembimbing II

H. Bagus Setiawan, Lc., M.E
NIDN. 2129098603

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Tesis Berjudul : Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Persepsi Masyarakat
Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk
Makanan Ottogi Yeul Ramen
Studi Kasus Di Desa Ngulak III Kec. Sanga Desa Kab.
MUBA, SumSel

Nama : Rosani
NPM : 201901082P
Pogram Studi : Ekonomi Syariah

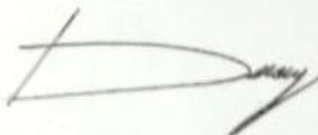
Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.E

Menyetujui,


Pembimbing I


STEBIS 0
IGM
Amir Salim, S.E.I., M.E
NIDN.2122028302


Pembimbing II


H. Bagus Setiawan, Lc., M.E
NIDN.2129098603

Ketua Program Studi Ekonomi Syariah


STEBIS 0
IGM
Amir Salim, S.E.I., M.E
NIDN.2122028302

Ketua STEBIS IGM


STEBIS 0
IGM
H. Chandra Satria, S.E., M.Si
NIDN.0209068101

LEMBAR REVISI

Nama : Rosani
NPM : 201901082P
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Makanan Ottogi Yeul Ramen (Studi Kasus Di Desa Ngulak III, Kec. Sanga Desa, Kab. MUBA, Sumsel

Ketua Penguji :

Saprida, M.H.I
NIDN. 2114118401

Penguji I :

Nova Yanti Maleha, S.E., MM
NIDN. 2104117402

Penguji II :

H. Chandra Satria, S.E., M.Si
NIDN 0209068101

Palembang, 2021
Kaprosdi Ekonomi Syariah

STEBIS ©
IGM
EKONOMI SYARIAH

Amir Salim S.E.L., ME
NIDN. 2122028302

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI


Skripsi ini diajukan oleh,

Judul : Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Makanan Ottogi Yeul Ramen (Studi Kasus Di Desa Ngulak III, Kec. Sanga Desa, Kab. MUBA, Sumsel)
Nama : Rosani
NPM : 201901082P
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dipertahankan dihadapan Penguji Ujian Komprehensif, dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah STEBIS Indo Global Mandiri.

Penguji Ujian Komprehensif,

Ketua Penguji :


Saprda, M.H.I
NIDN. 2114118401


Penguji I :



Nova Yanti Maleha, S.E., MM
NIDN. 2104117402

Penguji II :


H. Chandra Satria, S.E., M.Si
NIDN. 0209068101

Palembang, 2021
Diketahui dan Disahkan Oleh:

STEBIS @
Kaprodi Ekonomi Syariah

EKOONOMI SYARIAH
Amir Salim, S.E.I., ME
NIDN. 2122028302

Ketua STEBIS IGM

H. Chandra Satria, S.E., M.Si
NIDN. 0209068101

MOTTO

"Penemuan Terbesar Dari Setiap Kehidupan Adalah Seorang
Manusia Yang Dapat Mengubah Hidupnya Dengan
Mengubah Sikapnya ☺ "

**PENGARUH LABELISASI HALAL, HARGA, DAN PERSEPSI
MASYARAKAT TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
MEMILIH PRODUK MAKANAN OTTOGI YEUL RAMEN**

Studi Kasus Didesa Ngulak III Kec. Sanga Desa Kab. MUBA SumSel

**ABSTRAK
OLEH :
ROSANI
2019.01.082P**

Dengan pertumbuhan perekonomian yang baik, mayoritas penduduk beragama Islam terbesar didunia, Indonesia merupakan salah satu Negara maju dan menjadi pasar yang menggiurkan dalam perdagangan dalam dan luar negeri . sehingga produk lokal harus bisa bersaing dengan produk asing terutama dalam produk makanan. Perusahaan-perusahaan yang memproduksi makanan didorong untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menerapkan strategi pemasaran agar tidak kalah dari produk luar dan dapat menguasai pasar di negeri sendiri. Salah satu strategi tersebut adalah lebalisasi halal, harga, dan menciptakan kualitas produk yang baik guna menghindari persepsi-persepsi atau penilaian negatif dari konsumen terhadap suatu produk. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lebalisasi halal, harga, dan persepsi masyarakat terhadap keputusan Konsumen dalam memilih produk makanan.

Variabel indeviden dalam penelitian ini adalah Labelisasi halal (X1), Harga (X2), dan Persepsi Masyarakat (X3), dan variabel dependen adalah Keputusan Konsumen (Y) dalam memilih produk makanan Ottogi Yeul Ramen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden dari populasi seluruh masyarakat Desa Ngulak III yang beragama Islam dimulai dari remaja berumur 15 thn – dewasa berumur 30thn. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah secara primer atau dengan menggunakan kuisisioner. Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah uji t, uji f, dan uji (R²).

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa labelisasi halal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan konsumen ditunjukkan dengan perhitungan uji secara parsial $1,236 < 1,66088$ dan nilai sig $0,219 > 0,05$, Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan konsumen di buktikan dengan $-1,381 < 1,66088$ dan nilai sig $0,170 > 0,05$, dan variabel persepsi masyarakat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dengan nilai $2,287 > 1,66088$ dan nilai sig $0,005 < 0,05$. Hasil uji f menunjukkan bahwa variabel-variabel lebalisasi halal, harga, dan persepsi masyarakat secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen yang ditunjukkan dengan nilai sig $F_{hitung} 3,391$ dan tingkat sig sebesar $0,021$. Uji R² diperoleh nilai $0,310$ atau 31% yang menunjukkan bahwa variabel lebalisasi halal, harga dan persepsi masyarakat berpengaruh cukup kuat terhadap keputusan konsumen.

Kata kunci : Labelisasi Halal, Harga, Persepsi Masyarakat, dan Keputusan Konsumen

THE EFFECT OF HALAL LABELIZATION, PRICE, AND COMMUNITY PERCEPTIONS ON CONSUMER DECISIONS IN CHOOSING YEUL RAMEN OTTOGI FOOD PRODUCTS

Case Study in Ngulak III Village, Kec Sanga Desa Kab. MUBA, Sumsel

ABSTRACT

BY :

Rosani

2019.01.082P

With good economic growth, the majority of the population is Muslim in the world, Indonesia is one of the developed countries and becomes a lucrative market in domestic and foreign trade. so that local products must be able to compete with foreign products, especially in food products. Companies that produce food are encouraged to be more creative and innovative in implementing marketing strategies so that they are not inferior to foreign products and can dominate the market in their own country. One of these strategies is the legalization of halal, price, and creating good product quality in order to avoid negative perceptions or judgments from consumers of a product. The purpose of this study is to determine the effect of halal legalization, prices, and public perceptions of consumer decisions in choosing food products.

The independent variables in this study are halal liberalization (X1), price (X2), and public perception (X3), and the dependent variable is Consumer Decision (Y) in choosing Ottogi Yeul Ramen food products. The sample used in this study was 100 respondents from the entire population of the Ngulak III Village community who were Muslim starting from adolescents aged 15 years - adults aged 30 years. The data collection method used in this research is primary or by using a questionnaire. The hypothesis test in this study is the t test, f test, and (R2) test.

The results of the t-test show that halal legalization has a positive and insignificant effect on consumer decisions, as shown by the partial test calculation $1.236 < 1.66088$ and sig value $0.219 > 0.05$. Price has a negative and insignificant effect on consumer decisions, as evidenced by $-1.381 < 1.66088$ and sig value $0.170 > 0.05$, and the variable of public perception has a positive and significant effect on consumer decisions with a value of $2.287 > 1.66088$ and a sig value of $0.005 < 0.05$. The results of the f test show that the variables of halal legalization, price, and public perception simultaneously have a positive and significant effect on consumer decisions as indicated by the sig value of Fcount 3.391 and the sig level of 0.021. The R2 test obtained a value of 0.310 or 31% which indicates that the variables of halal legalization, prices and public perceptions have a strong enough influence on consumer decisions.

Key words : Halal Label, Price, Public Perception, and consumer decision

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	Alif		Tidak dilambangkan
ب	Ba"	B	Be
ت	Ta"	T	Te
ث	Sa"	Ṣ	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa"	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha"	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra"	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣād	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍāḍ	Ḍ	De (dengan titik di bawah)

ط	Ta ^ˁ	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za ^ˁ	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa ^ˁ	F	Ef
ق	Qāf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha ^ˁ	H	Ha
ء	Hamzah	ˁ	Apostrof
ي	Ya ^ˁ	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap Karena Syaddah Ditulis Rangkap

عدة	Ditulis	„iddah
-----	---------	--------

C. Ta’ Marbutah Di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

هبة	Ditulis	Hibah
جزية	Ditulis	Jizyah

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

1. Bila diikuti dengan kata sandang ‘al’ serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	Karâmah al-auliya`
--------------------------	---------	--------------------

2. Bila ta` marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

زَكَاةَ الْفِطْرِ	Ditulis	Zakâh al-fiṭri
-------------------	---------	----------------

D. Vokal Pendek

_____	Fathah	Ditulis	A fa`ala
فَعَلٌ			
_____	Kasrah	Ditulis	I Žukira
ذُكِرٌ			
_____	Dammah	Ditulis	u yazhabu
يَذْهَبُ			

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جَاهِلِيَّةٌ	Ditulis	Â Jâhiliyyah
2	fathah + ya` mati تَنْسَى	Ditulis	Â Tansâ
3	kasrah + ya` mati كَرِيمٌ	Ditulis	î Karîm
4	dammah + wawu mati فُرُوضٌ	Ditulis	û Furûd

F. Vokal Rangkap

1	fathah + ya` mati بَيْنَكُمْ	Ditulis ditulis ditulis Ditulis	ai bainakum
2	fathah + wawu mati قَوْلٌ		au qaul

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “**Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Persepsi Masyarakat Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Makanan Ottogi Yeul Ramen Studi Kasus Didesa Ngulak III Kec. Sanga Desa Kab. MUBA, SumSel**”. Adapun maksud dari penyusunan Skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) di Program Studi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri (STEBIS IGM). Jurusan Ekonomi Syariah.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa semua proses penyusunan Tugas Akhir ini dapat selesai berkat bantuan dari berbagai pihak, bimbingan dan dorongan serta perhatiannya. Untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Terkhusus dan teristimewa Orang Tua dan adik tercinta yang sudah memberikan doa yang tulus , kasih sayang , semangat serta motivasi dalam menyelesaikan studi untuk meraih cita-cita.
2. Kepada Bapak H. Chandra Satria, S.E., M.S.I selaku Ketua Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri Palembang.
3. Kepada Bapak Amir Salim, S.E.I., M.E selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri Palembang.
4. Kepada Bapak Amir Salim, S.E.I., M.E selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak H. Bagus Setiawan, Lc., M.E selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam pembuatan tugas akhir ini.
5. Kepada segenap Dosen Prodi Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi dan Bisnis Syariah Indo Global Mandiri Palembang yang telah banyak berpartisipasi dalam menyambung ilmu, wawasan dan pengetahuan kepada penulis.

6. Kepada Pemerintahan dan masyarakat Desa Ngulak III yang telah memberikan tempat bagi penulis untuk melakukan penelitian sehingga membantu menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada teman seperjuangan prodi Ekonomi Syariah Tahun Angkatan 2019 yang masing-masing telah memberikan semangat satu sama lain sehingga dapat melaksanakan tugas akhir ini.

Penulis sadar bahwa dalam pembuatan tugas akhir ini masih banyak ketidaksempurnaan termasuk dalam penyusunan konsep yang telah diajukan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan sangat mengharapkan kritik dan saran agar penulis dapat memperbaiki di masa yang akan datang.

Akhirnya penulis berharap semoga ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan bernilai ibadah di sisi Allah Swt, Aamiin Ya Rabbal Allamin

Wassalamu'alaikum warahmatullah wabarakatuh

Palembang , 2021

Penulis

Rosani

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	II
MOTO	III
ABSTRAK	IV
ABSTRACK.....	V
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	VI
KATA PENGANTAR.....	XI
DAFTAR ISI.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XVI
DAFTAR GAMBAR.....	XVIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	10
2.1 Landasan Teori	10
A. Labelisasi Halal	10
1) Peraturan Pemerintah Tentang Produk Halal	11
2) Produk Halal Menurut Para Ahli	12
3) Ayat-Ayat Al-Quran Tentang Produk Halal.....	13
4) Hadist	13
B. Harga	15

C. Persepsi Masyarakat	15
D. Keputusan Pembelian Konsumen	16
E. Penelitian Terdahulu	21
F. Kerangka Pemikiran	24
G. Hipotesis	24
BAB III METODELOGI PENELITIAN	25
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	25
3.2 Desain Penelitian	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
1) Jenis Data	25
2) Sumber Data	25
3.4 Populasi dan Sampel	26
3.5 Teknik Pengumpulan Data	26
3.6 Variabel Penelitian	27
3.7 Instrument Penelitian	27
3.8 Teknik Analisis Data	29
3.9 Uji Kualitas Data	30
a. Uji Validitas Data	30
b. Uji Reliabilitas	30
3.10 Uji Asumsi Klasik	30
a. Uji Normalitas	30
b. Uji Heterokedstisitas	31
c. Uji Multikolinieritas	31
d. Uji Autokorelasi	31
3.11. Analisis Regresi Analisis Linier Berganda.....	32
a. Uji Hipotesis	33
1) Uji F (Simultan)	33
2) Uji T (Parsial)	33
3) Koefisien Determinasi (R ²)	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
4.1 Gambaran Objek Penelitian	34
a. Sejarah Singkat Ottogi Yeul Ramen	34

b. Gambaran Umum Desa Ngulak III	34
c. Karakteristik Responden	36
d. Usia Responden	37
1. Jenis Kelamin Responden	38
2. Profesi Responden	38
3. Data Penelitian	39
a. Tanggapan Responden Terhadap Lebalisasi Halal (X)	39
b. Tanggapan Responden Terhadap Harga (X2).....	44
c. Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Masyarakat (X3)	48
d. Tanggapan Responden Terhadap Keputusan (Y)	53
4. Hasil Skor Penelitian Variabel X1, X2, X3, dan Y	58
5. Pengujian Intrumen	59
a. Uji Validitas	59
b. Uji Reliabilitas	61
6. Uji Asumsi Klasik	61
a. Uji Normalitas	62
b. Uji Heterokedastisitas	63
c. Uji Multikolinieritas	64
d. Uji Autokorelasi	65
7. Analisis Regresi Linier Berganda	66
8. Uji Hipotesis	67
a. Uji F (Simultan)	67
b. Uji T (Parsial)	68
c. Uji Koefisien Determinasi (R ²)	70
9. Pembahasan Hasil Penelitian	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75
KUISIONER PENELITIAN	78
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penduduk Desa Ngulak III	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Skor Jawaban Untuk Tiap Soal.....	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umurnya.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Profesinya.....	38
Tabel 4.4 Hasil Kuisisioner Pertanyaan 1 Variabel (X1)	40
Tabel 4.5 Hasil Kuisisioner Pertanyaan 2 Variabel (X1)	40
Tabel 4.6 Hasil Kuisisioner Pertanyaan 3 Variabel (X1)	41
Tabel 4.7 Hasil Kuisisioner Perantayaan 4 Variabel (X1).....	42
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Penilaian Variabel (X1).....	43
Tabel 4.9 Hasil Kuisisioner Pertanyaan 1 variabel (X2)	44
Tabel 4.10 Hasil Kuisisioner Pertanyaan 2 variabel (X2)	45
Tabel 4.11 Hasil Kuisisioner Pertanyaan 3 variabel (X2)	46
Tabel 4.12 Hasil Kuisisioner Pertanyaan 4 variabel (X2)	47
Tabel 4.13 Rekapitulasi Hasil Penilaian Variabel (X2).....	47
Tabel 4.14 Hasil Kuisisioner Pertanyaan 1 Variabel (X3)	49
Tabel 4.15 Hasil Kuisisioner Pertanyaan 2 Variabel (X3)	50
Tabel 4.16 Hasil Kuisisioner Pertanyaan 3 Variabel (X3)	50
Tabel 4.17 Hasil Kuisisioner Pertanyaan 4 Variabel (X3)	51
Tabel 4.18 Rekapitulasi Hasil Penilaian Variabel (X3).....	52

Tabel 4.19 Hasil Kuisiener Pertanyaan 1 Variabel (Y)	53
Tabel 4.20 Hasil Kuisiener Pertanyaan 2 Variabel (Y)	54
Tabel 4.21 Hasil Kuisiener Pertanyaan 3 Variabel (Y)	55
Tabel 4.22 Hasil Kuisiener Pertanyaan 4 Variabel (Y)	56
Tabel 4.23 Rakapitulasi Penilaian Variabel (X3)	56
Tabel 4.24 Hasil Skor Kuisiener X1, X2,X3, dan Y.....	58
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas Variabel X1	59
Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas Variabel X 2	59
Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas Variabel X3	60
Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas Variabel Y	60
Tabel 4.29 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.30 Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 4.31 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.32 Hasil Uji Korelasi.....	65
Tabel 4.33 Analisis Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4.34 Hasil Uji F (Simultan).....	68
Tabel 4.35 Hasil Uji T (Parsial)	69
Tabel 4.36 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2).....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kemasan Ottogi Yeul Ramen.....	3
Gambar 2.1 Model Teoritis	24
Gambar 4.1 Letak Geografis Desa Ngulak III	36
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	63

