

LAMPIRAN 1 FORM KUESIONER

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir pada Program Pasca Sarjana di Universitas Mercu Buana, maka dalam kesempatan ini saya Sri Endang Mulyawati selaku peneliti mengharapkan bantuan Bapak/Ibu sekalian untuk mengisi data identitas responden dan menjawab beberapa pernyataan yang ada dilembar kuesioner dibawah ini. Adapun penelitian ini berjudul Pengaruh Persepsi Kualitas, Nilai dan Harapan terhadap Kepuasan untuk Membangun Loyalitas Pelanggan (Kasus pada Hotel Bela International). Demikian hal ini saya sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
4. Tingkat Pendidikan :

II. PETUNJUK PENGISIAN

Pilih salah satu alternatif jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan kenyataan yang anda hadapi dengan memberikan tanda centang (√) pada salah satu kolom yang telah disediakan dengan memilih satu jawaban dari ke lima jawaban dibawah ini :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Kurang Setuju (KS)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

PERNYATAAN	JAWABAN				
	1	2	3	4	5
	(STS)	(TS)	(KS)	(S)	(SS)
Variabel : Harapan Dimensi : Kebutuhan Pribadi					
1. Tempat istirahat yang nyaman merupakan kebutuhan pribadi yang mendominasi harapan pelanggan tentang produk Hotel Bela International ternate					
2. Pelayanan yang prima merupakan kebutuhan pribadi yang mendominasi harapan pelanggan tentang produk dan jasa Hotel Bela International ternate					
3. Menghargai tamu hotel sebagai orang penting merupakan kebutuhan pribadi yang mendominasi harapan pelanggan tentang produk dan jasa Hotel Bela International ternate					
4. Makanan dan minuman yang disediakan dengan rasa yang enak merupakan kebutuhan pribadi yang mendominasi harapan pelanggan tentang produk dan jasa Hotel Bela International ternate					
5. Sarana berolahraga yang berstandar international seperti kolam renang, lapanga tenis dan lain-lain merupakan kebutuhan pribadi yang mendominasi harapan pelanggan tentang produk dan jasa Hotel Bela International ternate					
6. Sarana untuk kebutuhan bisnis yang lengkap seperti ruang rapat, media center dan lain-lain merupakan kebutuhan pribadi yang mendominasi harapan pelanggan tentang produk dan jasa Hotel Bela International ternate					
7. Harapan pelanggan tentang produk dan jasa Hotel Bela International berupa Tempat istirahat yang nyaman sudah sesuai dengan kebutuhan pribadi pelanggan					
8. Harapan pelanggan tentang produk dan jasa Hotel Bela International berupa Pelayanan yang prima sudah sesuai dengan kebutuhan pribadi pelanggan					
9. Harapan pelanggan tentang produk dan jasa Hotel Bela International berupa menghargai tamu hotel sebagai orang penting sudah sesuai dengan kebutuhan pribadi pelanggan					

PERNYATAAN	JAWABAN				
	1	2	3	4	5
	(STS)	(TS)	(KS)	(S)	(SS)
10. Harapan pelanggan tentang produk dan jasa Hotel Bela International berupa makanan dan minuman yang disediakan dengan rasa yang enak sudah sesuai dengan kebutuhan pribadi pelanggan					
11. Harapan pelanggan tentang produk dan jasa Hotel Bela International berupa Sarana berolahraga yang berstandar international seperti kolam renang, lapanga tenis dan lain-lain sudah sesuai dengan kebutuhan pribadi pelanggan					
12. Harapan pelanggan tentang produk dan jasa Hotel Bela International berupa Sarana untuk kebutuhan bisnis yang lengkap seperti ruang rapat, media center dan lain-lain sudah sesuai dengan kebutuhan pribadi pelanggan					
Variabel : Harapan Dimensi : Janji Pelayanan Secara Eksplisit					
13. Hotel Bela International Ternate membuktikan janjinya kepada pelanggan secara gamblang atas pelayanan yang diberikannya sehingga hal ini sesuai dengan harapan pelanggan					
14. Hotel Bela International Ternate membuktikan janjinya kepada pelanggan secara tegas atas pelayanan yang diberikannya sehingga hal ini sesuai dengan harapan pelanggan					
15. Hotel Bela International Ternate membuktikan janjinya kepada pelanggan secara terus terang atas pelayanan yang diberikannya sehingga hal ini sesuai dengan harapan pelanggan					
16. Hotel Bela International Ternate membuktikan janjinya kepada pelanggan secara tidak berbelit-belit atas pelayanan yang diberikannya sehingga hal ini sesuai dengan harapan pelanggan					
17. Janji pelayanan yang diberikan Hotel Bela International kepada pelanggan secara gamblang yang ditepati menunjukkan harapan pelanggan yang diinginkan					
18. Janji pelayanan yang diberikan Hotel Bela International kepada pelanggan secara tegas yang ditepati menunjukkan harapan pelanggan yang diinginkan					

PERNYATAAN	JAWABAN				
	1	2	3	4	5
	(STS)	(TS)	(KS)	(S)	(SS)
19. Janji pelayanan yang diberikan Hotel Bela International kepada pelanggan secara terus terang yang ditepati menunjukkan harapan pelanggan yang diinginkan					
20. Janji pelayanan yang diberikan Hotel Bela International kepada pelanggan secara tidak berbelit-belit yang ditepati menunjukkan harapan pelanggan yang diinginkan					
Variabel : Harapan Dimensi : Janji Pelayanan Secara Implisit					
21. Hotel Bela International Ternate membuktikan janjinya kepada pelanggan secara tidak dinyatakan secara jelas atas pelayanan yang diberikannya sehingga hal ini sesuai dengan harapan pelanggan					
22. Hotel Bela International Ternate membuktikan janjinya kepada pelanggan secara tidak dinyatakan secara terang-terangan atas pelayanan yang diberikannya sehingga hal ini sesuai dengan harapan pelanggan					
23. Hotel Bela International Ternate membuktikan janjinya kepada pelanggan secara tersirat atas pelayanan yang diberikannya sehingga hal ini sesuai dengan harapan pelanggan					
24. Janji pelayanan yang diberikan Hotel Bela International kepada pelanggan secara tidak dinyatakan secara jelas yang ditepati menunjukkan harapan pelanggan yang diinginkan					
25. Janji pelayanan yang diberikan Hotel Bela International kepada pelanggan secara tidak dinyatakan secara terang-terangan yang ditepati menunjukkan harapan pelanggan yang diinginkan					
26. Janji pelayanan yang diberikan Hotel Bela International kepada pelanggan secara tersirat yang ditepati menunjukkan harapan pelanggan yang diinginkan					

PERNYATAAN	JAWABAN				
	1	2	3	4	5
	(STS)	(TS)	(KS)	(S)	(SS)
Variabel : Harapan Dimensi : Pengalaman Masa Lampau					
27. Pengalaman masa lampau yang menyenangkan yang dialami pelanggan Hotel Bela International selalu mempengaruhi harapan pelanggannya					
28. Pengalaman masa lampau yang berkesan yang dialami pelanggan Hotel Bela International selalu mempengaruhi harapan pelanggannya					
29. Pengalaman masa lampau yang tak terlupakan yang dialami pelanggan Hotel Bela International selalu mempengaruhi harapan pelanggannya					
30. Pengalaman masa lampau yang menyenangkan yang dialami pelanggan Hotel Bela International selalu menentukan standar harapan pelanggannya					
31. Pengalaman masa lampau yang berkesan yang dialami pelanggan Hotel Bela International selalu menentukan standar harapan pelanggannya					
32. Pengalaman masa lampau yang tak terlupakan yang dialami pelanggan Hotel Bela International selalu menentukan standar harapan pelanggannya					
Variabel : Persepsi Kualitas Dimensi : Kinerja					
1. Kuantitas kerja yang dihasilkan Hotel Bela International ternate sesuai dengan harapan pelanggan					
2. Kualitas kerja yang dihasilkan Hotel Bela International ternate melebihi dari harapan pelanggan yang diinginkan					
3. Kuantitas kerja yang dihasilkan Hotel Bela International ternate melebihi dari harapan pelanggan yang diinginkan					

PERNYATAAN	JAWABAN				
	1	2	3	4	5
	(STS)	(TS)	(KS)	(S)	(SS)
4. Kuantitas kerja yang dihasilkan Hotel Bela International ternate melebihi dari harapan pelanggan yang diinginkan					
Variabel : Persepsi Kualitas Dimensi : Pelayanan					
5. Pelayanan yang diberikan oleh Hotel Bela International berupa fasilitas fisik hotel yang lengkap sudah sesuai dengan harapan pelanggan					
6. Pelayanan yang diberikan oleh Hotel Bela International berupa respon karyawan yang cepat terhadap masalah sudah sesuai dengan harapan pelanggan					
7. Pelayanan yang diberikan oleh Hotel Bela International berupa perhatian dan kepedulian karyawan terhadap kebutuhan pelanggan sudah sesuai dengan harapan pelanggan					
8. Pelayanan yang diberikan oleh Hotel Bela International berupa jaminan kompetensi karyawan sudah sesuai dengan harapan pelanggan					
9. Pelayanan yang diberikan oleh Hotel Bela International berupa fasilitas fisik hotel yang lengkap sudah sesuai dengan kualitas yang diinginkan pelanggan					
10. Pelayanan yang diberikan oleh Hotel Bela International berupa respon karyawan yang cepat terhadap masalah sudah sesuai dengan kualitas yang diinginkan pelanggan					
11. Pelayanan yang diberikan oleh Hotel Bela International berupa perhatian dan kepedulian karyawan terhadap kebutuhan pelanggan sudah sesuai dengan kualitas yang diinginkan pelanggan					
12. Pelayanan yang diberikan oleh Hotel Bela International berupa jamina kompetensi karyawan sudah sesuai dengan kualitas yang diinginkan pelanggan					

PERNYATAAN	JAWABAN				
	1	2	3	4	5
	(STS)	(TS)	(KS)	(S)	(SS)
Variabel : Persepsi Kualitas Dimensi : Karakteristik Produk					
13. Karakteristik Produk yang diberikan oleh Hotel Bela International kepada pelanggan berupa penyewaan kamar hotel sudah sesuai dengan harapan pelanggan					
14. Karakteristik Produk yang diberikan oleh Hotel Bela International kepada pelanggan berupa penjualan makanan dan minuman sudah sesuai dengan harapan pelanggan					
15. Karakteristik Produk yang diberikan oleh Hotel Bela International kepada pelanggan berupa penyediaan layanan antar jemput sudah sesuai dengan harapan pelanggan					
16. Karakteristik Produk yang diberikan oleh Hotel Bela International kepada pelanggan berupa penyediaan layanan cuci pakaian sudah sesuai dengan harapan pelanggan					
17. Karakteristik Produk yang diberikan oleh Hotel Bela International kepada pelanggan berupa penyewaan kamar hotel sudah sesuai dengan kualitas yang diinginkan pelanggan					
18. Karakteristik Produk yang diberikan oleh Hotel Bela International kepada pelanggan berupa penyewaan kamar hotel sudah sesuai dengan kualitas yang diinginkan pelanggan					
19. Karakteristik Produk yang diberikan oleh Hotel Bela International kepada pelanggan berupa penyewaan kamar hotel sudah sesuai dengan kualitas yang diinginkan pelanggan					
20. Karakteristik Produk yang diberikan oleh Hotel Bela International kepada pelanggan berupa penyewaan kamar hotel sudah sesuai dengan kualitas yang diinginkan pelanggan					

PERNYATAAN	JAWABAN				
	1 (STS)	2 (TS)	3 (KS)	4 (S)	5 (SS)
Variabel : Kepuasan Pelanggan Dimensi : Tidak ada keluhan yang tidak teratasi.					
1. Semua keluhan yang dirasakan oleh pelanggan dapat diatasi dengan baik oleh pihak Hotel Bela International					
2. Semua pelayanan yang diberikan Hotel Bela International tidak ada yang mengecewakan pelanggannya					
3. Semua keluhan yang dirasakan oleh pelanggan segera direspon dengan cepat oleh pihak Hotel Bela International Ternate					
4. Semua keluhan yang dirasakan oleh pelanggan selalu diberikan solusi yang tepat oleh pihak Hotel Bela International Ternate					
Variabel : Kepuasan Pelanggan Dimensi : Perasaan puas pelanggan pada keseluruhan produk/jasa					
5. Pelanggan merasa puas dengan keseluruhan produk/jasa yang diberikan Hotel Bela International Ternate dan sudah sesuai dengan harapan pelanggannya					
6. Pelanggan merasa nyaman dengan keseluruhan produk/jasa yang diberikan Hotel Bela International Ternate dan sudah sesuai dengan harapan pelanggannya					
7. Pelayanan yang diberikan Hotel Bela International Ternate tidak mengecewakan pelanggan dan sudah sesuai dengan harapan pelanggannya					
Variabel : Kepuasan Pelanggan Dimensi : Kesesuaian dengan harapan pelanggan.					
8. Semua pelayanan dan produk/jasa yang diberikan oleh Hotel Bela International kepada pelanggannya sangat memuaskan					

PERNYATAAN	JAWABAN				
	1	2	3	4	5
	(STS)	(TS)	(KS)	(S)	(SS)
9. Semua pelayanan dan produk/jasa yang diberikan oleh Hotel Bela International sesuai dengan harapan pelanggan					
10. Semua pelayanan dan produk/jasa yang diberikan oleh Hotel Bela International kepada pelanggannya tidak mengecewakan					
11. Semua pelayanan dan produk/jasa yang diberikan oleh Hotel Bela International kepada pelanggannya sangat menyenangkan					
Variabel : Kepuasan Pelanggan Dimensi : Harapan pelanggan yang terlampaui.					
12. Pelayanan dan produk/jasa yang diberikan Hotel Bela International Ternate mampu melebihi harapan pelanggan secara umum					
13. Pelayanan dan produk/jasa yang diberikan Hotel Bela International Ternate dapat melebihi standar minimum harapan pelanggan yang diinginkan					
14. Pelayanan dan produk/jasa yang diberikan Hotel Bela International Ternate dapat melebihi standar minimum Hotel bintang 4					
Variabel : Loyalitas Pelanggan Dimensi : Pelanggan yang melakukan pembelian ulang secara teratur					
1. Pelanggan yang loyal kepada Hotel Bela International akan melakukan Pembelian ulang produk /jasa Hotel Bela International sesuai dengan keinginan pelanggan					
2. Pelanggan yang loyal kepada Hotel Bela International akan tetap membeli produk/jasa pada Hotel Bela International pada masa yang akan datang					
3. Pelanggan yang loyal kepada Hotel Bela International akan melakukan Pembelian ulang produk /jasa Hotel Bela International secara berkala					
4. Pelanggan yang loyal kepada Hotel Bela International akan melakukan Pembelian ulang					

PERNYATAAN	JAWABAN				
	1 (STS)	2 (TS)	3 (KS)	4 (S)	5 (SS)
produk /jasa Hotel Bela International sesuai dengan situasi dan kondisi pelanggan.					
Variabel : Loyalitas Pelanggan Dimensi : Pelanggan yang mereferensikan kepada orang lain					
5. Pelanggan yang loyal kepada Hotel Bela International Ternate akan mengajak rekan/saudara/teman untuk menggunakan produk/jasa Hotel Bela International					
6. Pelanggan yang loyal kepada Hotel Bela International Ternate akan menceritakan kepada orang lain tentang keunggulan dari Hotel Bela International Ternate					
7. Pelanggan yang loyal kepada Hotel Bela International Ternate akan merekomendasikan kepada orang lain tentang keunggulan dari Hotel Bela International Ternate					
8. Pelanggan yang loyal kepada Hotel Bela International Ternate akan mereferensikan kepada orang lain tentang keunggulan dari Hotel Bela International Ternate					
Variabel : Loyalitas Pelanggan Dimensi : Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi pesaing untuk pindah.					
9. Pelanggan Hotel Bela International Ternate merasa sangat cocok dengan produk/jasa yang ditawarkan Hotel Bela International					
10. Pelanggan Hotel Bela International Ternate sudah enggan untuk menggunakan produk/jasa dari Hotel lain					
11. Pelanggan Hotel Bela International Ternate merasa sangat nyaman dengan produk/jasa yang ditawarkan Hotel Bela International					
12. Pelanggan Hotel Bela International Ternate tidak ingin pindah untuk menggunakan produk/jasa dari Hotel lain					

PERNYATAAN	JAWABAN				
	1 (STS)	2 (TS)	3 (KS)	4 (S)	5 (SS)
Variabel : Persepsi Nilai Dimensi : Nilai Fungsional					
1. Atribut Produk/Jasa yang dimiliki Hotel Bela International benar-benar mempunyai kualitas yang baik, memberikan kepuasan dan kenyamanan bagi pelanggannya					
2. Kegunaan secara fungsional dari semua produk/jasa Hotel Bela International dapat dirasakan secara nyata bagi pelanggan					
3. Kegunaan secara fungsional dari semua produk/jasa Hotel Bela International Ternate sesuai dengan harapan pelanggan					
4. Kegunaan secara fungsional dari semua produk/jasa Hotel Bela International Ternate sesuai dengan kualitas yang diinginkan pelanggan					
Variabel : Persepsi Nilai Dimensi : Nilai Emosional					
5. Perasaan pelanggan yang timbul saat menggunakan produk/jasa Hotel Bela International benar-benar puas					
6. Perasaan pelanggan yang timbul saat membeli produk/jasa Hotel Bela International benar-benar yakin akan pilihannya adalah tidak salah membeli produk/jasa Hotel Bela International					
7. Perasaan pelanggan yang timbul saat menggunakan produk/jasa Hotel Bela International benar-benar memberikan kenyamanan					
8. Perasaan pelanggan yang timbul saat menggunakan produk/jasa Hotel Bela International benar-benar menyenangkan					

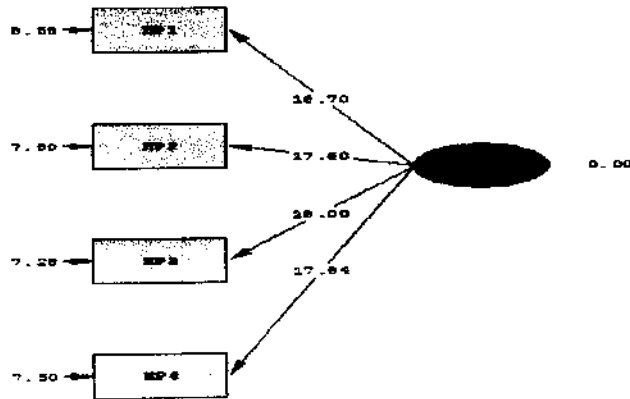
PERNYATAAN	JAWABAN				
	1 (STS)	2 (TS)	3 (KS)	4 (S)	5 (SS)
Variabel : Persepsi Nilai Dimensi : Nilai Ekspresi Diri					
9. Perasaan pelanggan tentang Hotel Bela International dapat dirasakan dan diperkirakan dimata orang lain yang bukan pelanggan Hotel Bela International					
10. Perasaan yang dimiliki pelanggan terhadap produk/jasa Hotel Bela International sudah meresap kedalam diri pelanggan itu sendiri					
11. Perasaan pelanggan tentang Hotel Bela International dapat dinilai dimata orang lain yang bukan pelanggan Hotel Bela International					
12. Perasaan yang dimiliki pelanggan terhadap produk/jasa Hotel Bela International sudah dapat dirasakan kedalam diri pelanggan itu sendiri					

LAMPIRAN 2 OUTPUT PERHITUNGAN LISREL

1. Analisis Faktor Konfirmatori

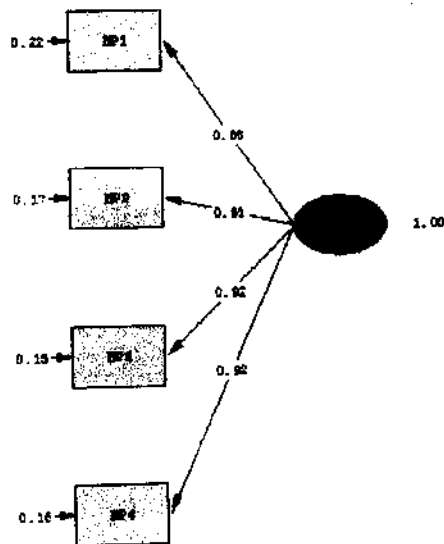
a. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Harapan Pelanggan

Analisis Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Harapan Pelanggan Berdasarkan T Value



Chi-Square=3.06, df=2, P-value=0.21679, RMSEA=0.049

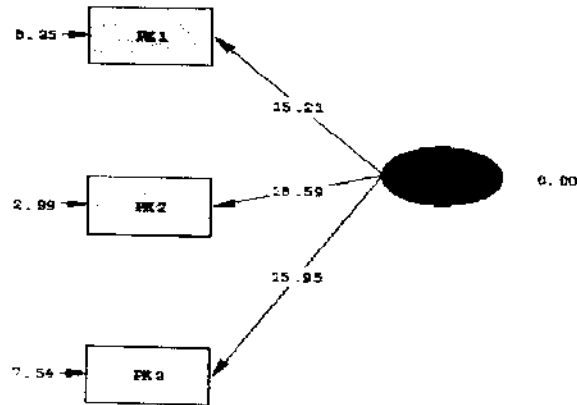
Analisis Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Harapan Pelanggan Berdasarkan Standard Solution



Chi-Square=3.06, df=2, P-value=0.21679, RMSEA=0.049

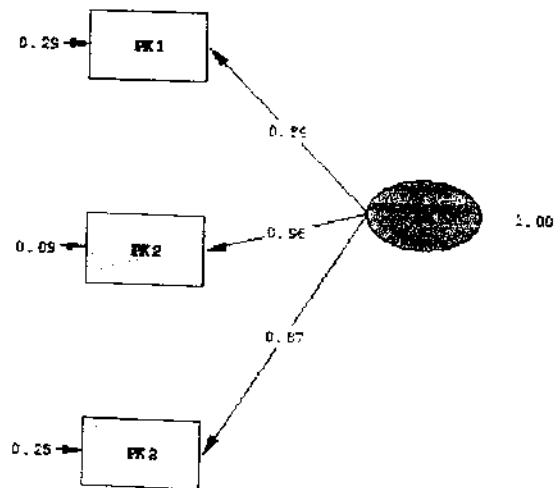
b. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Persepsi Kualitas

Analisis Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Persepsi Kualitas Berdasarkan T Value



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

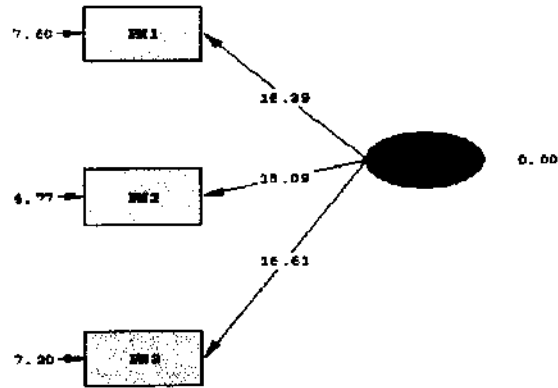
Analisis Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Persepsi Kualitas Berdasarkan Standard Solution



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

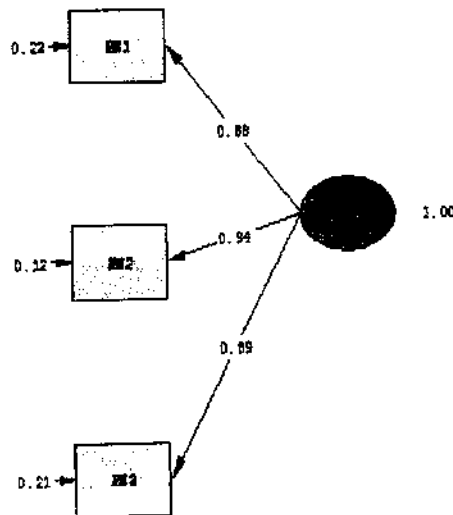
c. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Persepsi Nilai

Analisis Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Persepsi Nilai Berdasarkan T Value



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

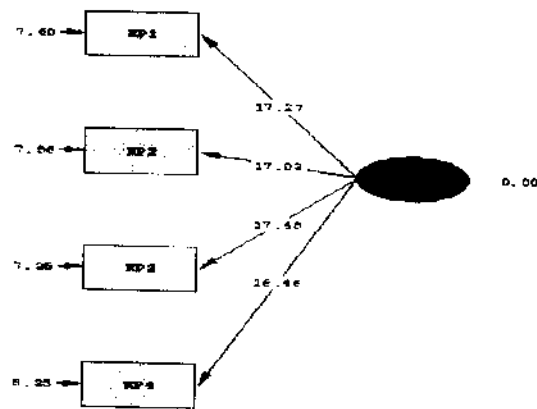
Analisis Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Persepsi Nilai Berdasarkan Standar Solution



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

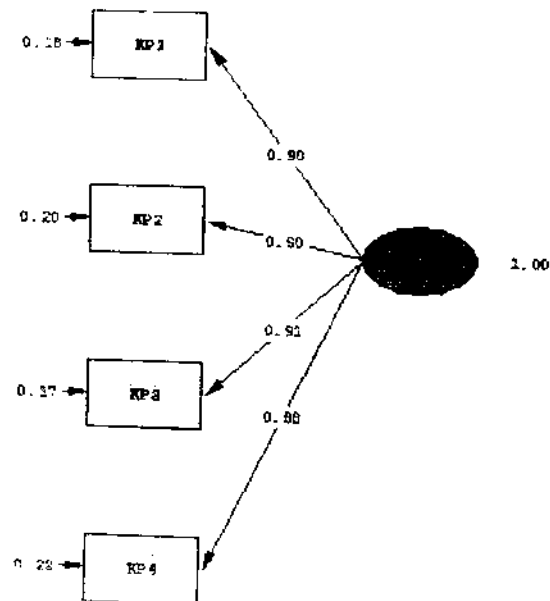
d. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Kepuasan Pelanggan

Analisis Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Kepuasan Pelanggan Berdasarkan T Value



Chi-Square=1.29, df=2, P-value=0.52568, RMSEA=0.000

Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Standard

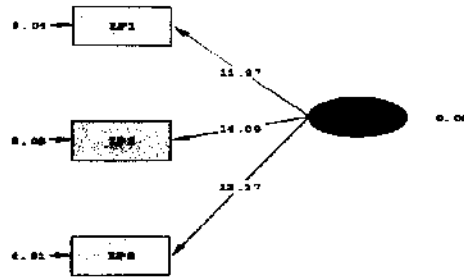


Chi-Square=1.29, df=2, P-value=0.52568, RMSEA=0.000

Solution

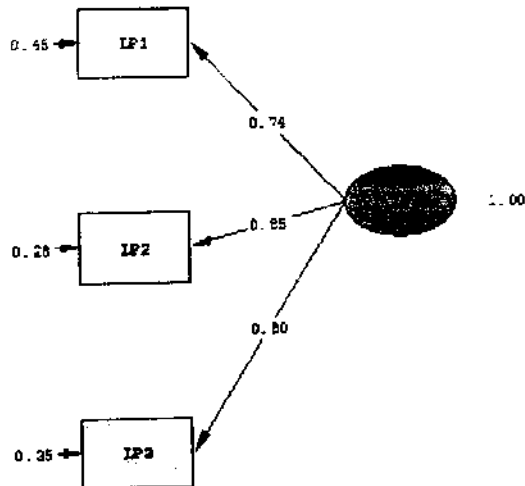
e. Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Loyalitas Pelanggan

Analisis Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Pelanggan Berdasarkan T Value



Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

Analisis Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Standar Solution

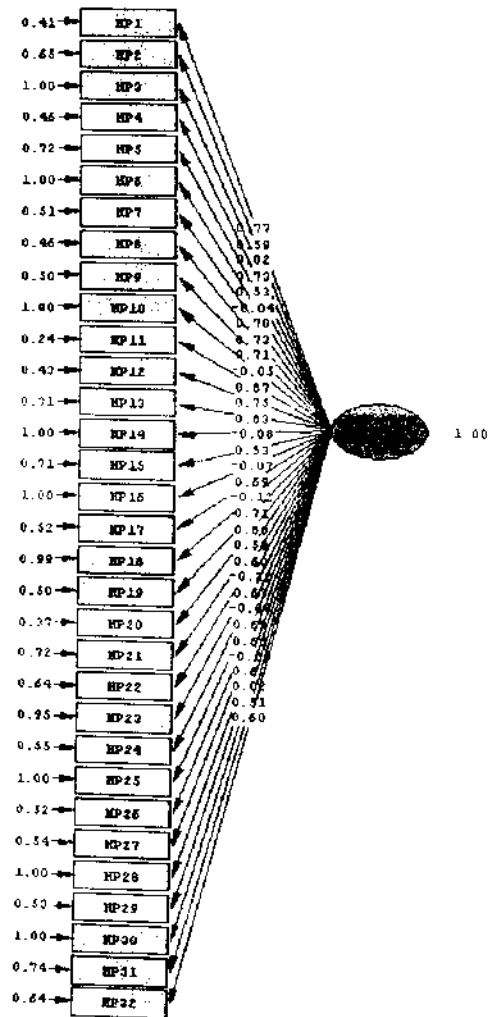


Chi-Square=0.00, df=0, P-value=1.00000, RMSEA=0.000

2. Uji Validitas

A. Uji Validitas Variabel Harapan Pelanggan

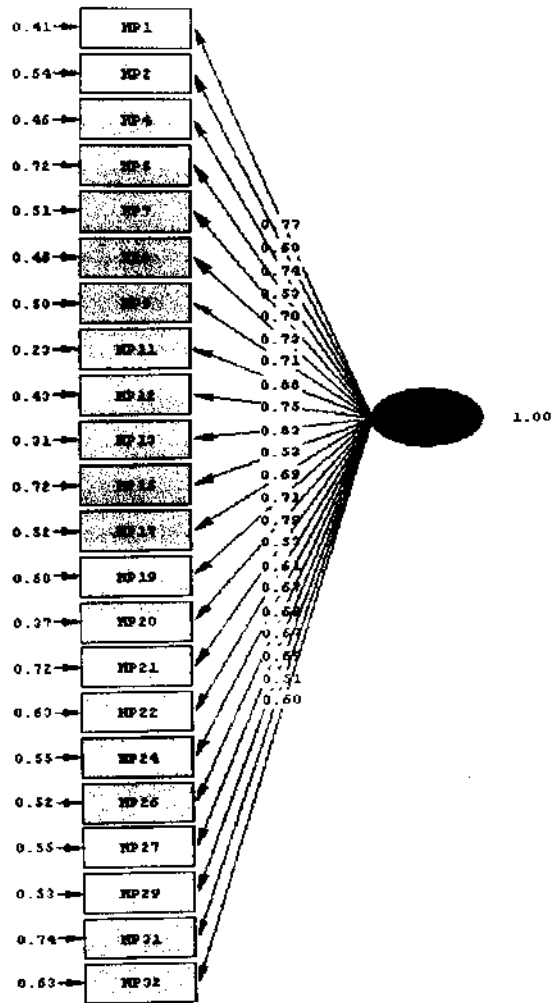
Uji 1 Structural Model Berdasarkan Standard Solution



Chi-Square=634.74, df=464, P-value=0.00000, RMSEA=0.113

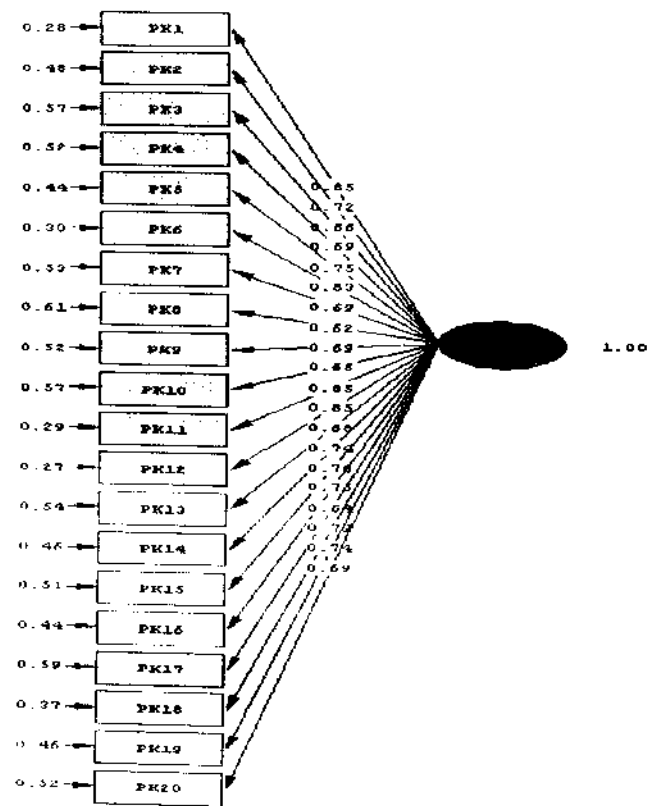
uj

Uji 2 Structural Model Berdasarkan Standard Solution



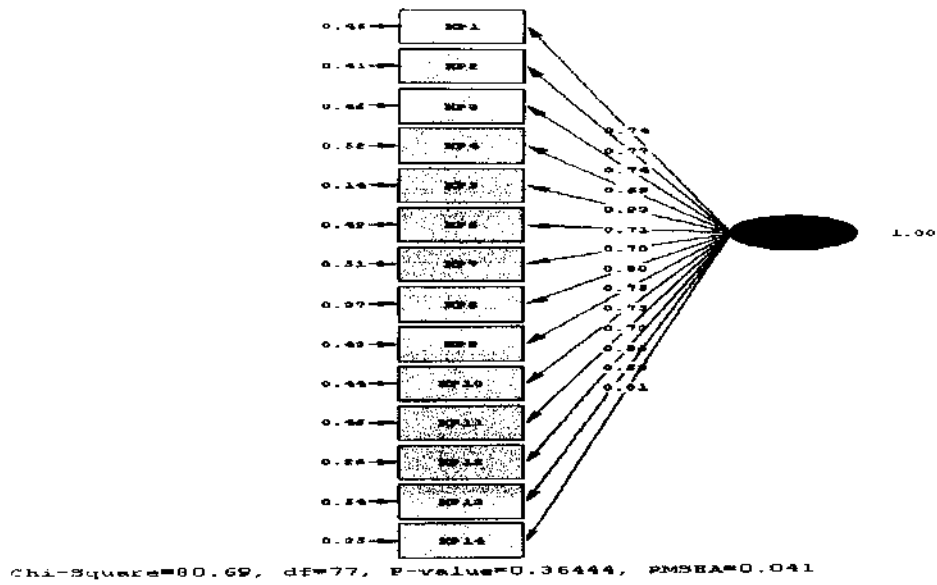
Chi-Square=243.99, df=209, P-value=0.04881, RMSEA=0.076

B. Uji Validitas Variabel Persepsi Kualitas

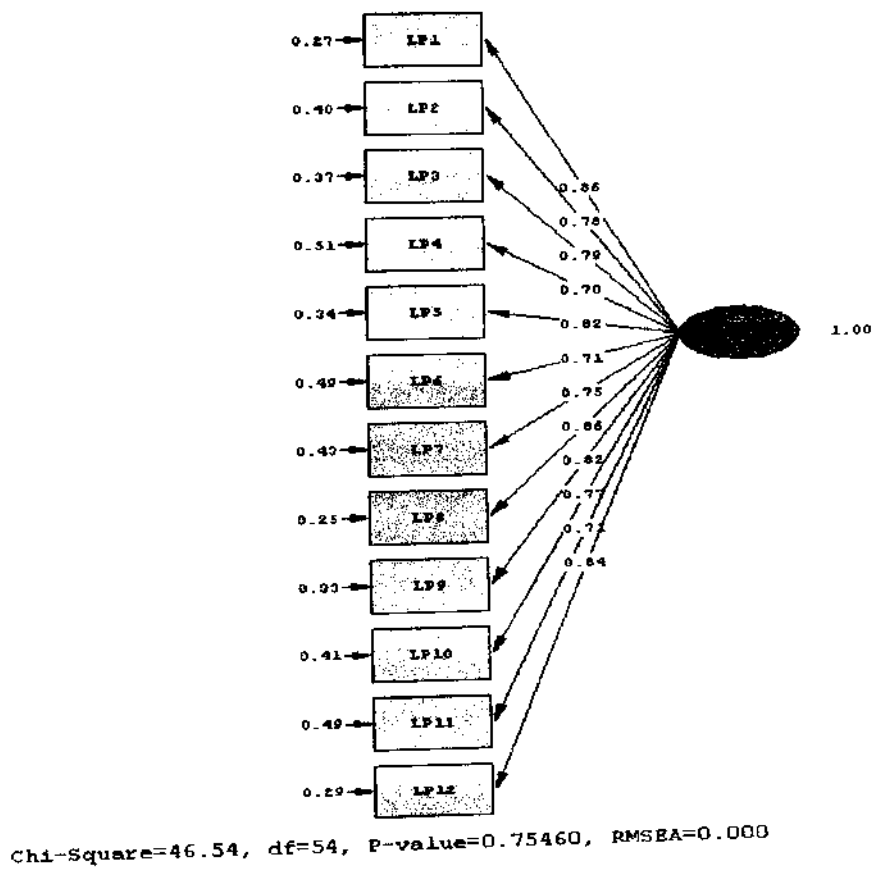


Chi-Square=220.90, df=170, P-value=0.00523, RMSEA=0.102

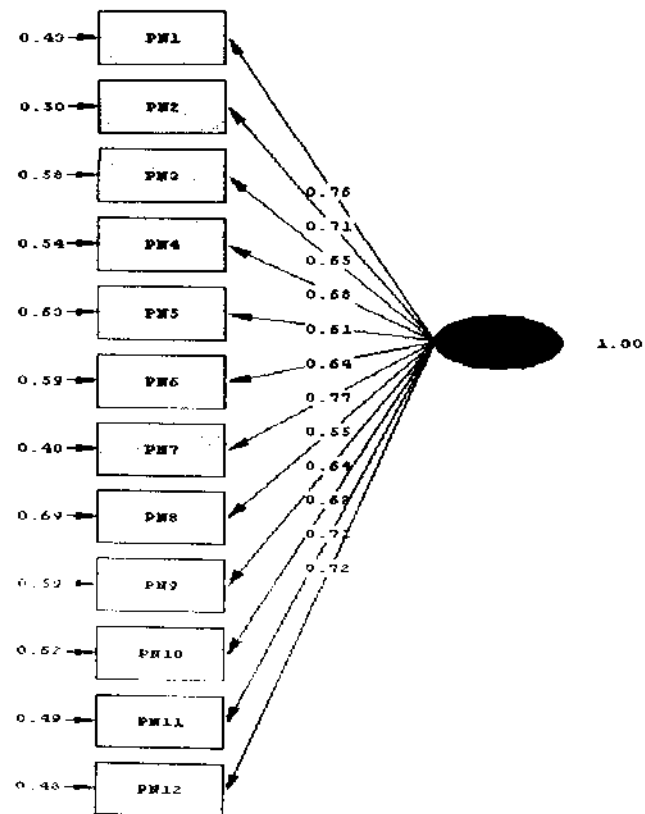
C. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan



D. Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan



E. Uji Validitas Variabel Persepsi Nilai



Chi-Square=84.96, df=54, P value=0.00454, RMSEA=0.141

3. Analisis Full Model of SEM

5 Goodness of Fit Statistics

6
7
8 Degrees of Freedom = 112
9 Minimum Fit Function Chi-Square = 279.53 (P = 0.00)
10 Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 263.64 (P = 0.00)
11 Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 151.64
12 90 Percent Confidence Interval for NCP = (108.04 ; 202.94)

13
14 Minimum Fit Function Value = 1.25
15 Population Discrepancy Function Value (FO) = 0.68
16 90 Percent Confidence Interval for FO = (0.48 ; 0.91)
17 Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.078
18 90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.066 ; 0.090)
19 P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00014

20
21 Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 1.55
22 90 Percent Confidence Interval for ECVI = (1.35 ; 1.78)
23 ECVI for Saturated Model = 1.37
24 ECVI for Independence Model = 60.94

25
26 Chi-Square for Independence Model with 136 Degrees of Freedom = 13589.21
27 Independence AIC = 13589.21
28 Model AIC = 345.64
29 Saturated AIC = 306.00
30 Independence CAIC = 13664.26
31 Model CAIC = 526.51
32 Saturated CAIC = 980.98

33
34 Normed Fit Index (NFI) = 0.99
35 Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.98
36 Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.91
37 Comparative Fit Index (CFI) = 0.99
38 Incremental Fit Index (IFI) = 0.99
39 Relative Fit Index (RFI) = 0.97

40
41 Critical N (CN) = 120.45

42
43 Root Mean Square Residual (RMR) = 0.039
44 Standardized RMR = 0.039
45 Goodness of Fit Index (GFI) = 0.98
46 Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.83
Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.64