

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan dijabarkan pada bab IV maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Karakteristik responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa dan masyarakat umum yang pernah menggunakan instagram dan mengetahui *skincare Nature Republic*. Dari total 168 responden, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 138 responden dan mayoritas usia yaitu usia 23 tahun sebanyak 56 responden. Dengan rata-rata pendapatan mayoritas adalah Rp 1.500.001 sampai rp 2.000.000.

Pada analisis regresi linear sederhana pengujian pengaruh kredibilitas *endorser* terhadap kredibilitas merek diperoleh bahwa penggunaan dukungan selebriti dapat dikaitkan dengan tingkat kredibilitas merek yang lebih tinggi. Berdasarkan diskusi sebelumnya, hipotesis berikut ini didukung *Spry., et al (2011)*.

Hasil uji beda dari analisis uji One Way ANOVA dari kredibilitas endorser, kredibilitas merek dan ekuitas merek berdasarkan jenis kelamin, usia dan rata-rata pendapatan diketahui bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara variabel-variabel tersebut. Akan tetapi pada variabel seberapa sering menggunakan instagram dalam sehari dan pengalaman belanja terdapat hasil yang menunjukkan adanya perbedaan dari responden terhadap variabel kredibilitas

endorser, kredibilitas merek dan ekuitas merek. Hal ini berarti responden sangat setuju dengan kredibilitas *endorser* di instagram yang berkualitas tinggi, jujur dan menarik; kredibilitas merek dari produk *skincare Nature Republic* yang diiklankan dengan informasi terpercaya; dan responden sangat menyukai produk serta kualitas dari *skincare Nature Republic* dan menjadi pilihan pertama konsumen untuk jenis *skincare* dibanding merek lain.

Pada analisis regresi linear berganda hasil dari pengujian pengaruh kredibilitas *endorser* dan kredibilitas merek terhadap ekuitas merek diperoleh bahwa ketika diuji dengan regresi berganda, terlihat bahwa nilai p-value yang didapat adalah 0,000 yang kurang dari alpha sebesar 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan atau bersamaan, variabel kredibilitas *endorser* dan kredibilitas merek memiliki pengaruh signifikan terhadap ekuitas merek. Berdasarkan hasil uji regresi yang melihat dari nilai koefisien beta dan tingkat signifikansi maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara kredibilitas *endorser* terhadap ekuitas merek sehingga H3 terdukung (Spry *et al.*, 2011).

Berdasarkan analisis mediasi hubungan antara kredibilitas *endorser*, kredibilitas merek dan ekuitas merek pada pengujian pengaruh kredibilitas *endorser* dan kredibilitas merek terhadap ekuitas merek diperoleh bahwa dari hasil uji mediasi yang telah dilakukan, dapat dilihat kredibilitas *endorser* berpengaruh secara langsung terhadap ekuitas merek dan berpengaruh secara tidak langsung terhadap ekuitas merek melalui kredibilitas merek sebagai variabel pemediasi. Total pengaruh variabel kredibilitas *endorser* yang dimediasi variabel kredibilitas merek memiliki total pengaruh sebesar 0,568393.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka dapat memberikan informasi kepada para pebisnis atau perusahaan toko *online shop* terutama @kbeautepop untuk lebih dapat memperhatikan kinerja dan hal-hal yang menyangkut nilai dari suatu produknya seperti kredibilitas endorser, kredibilitas merek dan ekuitas merek.

1. Pada kredibilitas *endorser* secara tidak langsung menjadi alat yang efektif untuk membangun ekuitas merek produk *Nature Republic* melalui kredibilitas merek dan dengan memilih endorser yang efektif dan tepat. Berdasarkan penelitian ini selebriti endorser yang mempunyai kredibel tinggi itu berdasarkan dari daya tarik, keahlian dan kepercayaan konsumen terhadapnya. Hal ini berarti kredibilitas endorser menjadi faktor penting dalam menciptakan ekuitas merek, karena endorser yang memiliki kredibilitas tinggi mampu menarik daya tarik konsumen pada saat mengiklankan produknya. Kredibilitas endorser memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kredibilitas merek. Penggunaan selebriti endorser pada saat mempromosikan sebuah merek atau produk merupakan strategi dari periklanan supaya mereknya mampu dikenal oleh konsumen secara umum. Pada toko *online shop* @kbeautepop menggunakan selebriti instagram yang sedang naik daun yaitu Karin Novilda atau Awkarin, perusahaan ini memanfaatkan ketenaran seseorang untuk mampu mempromosikan produk atau mereknya ke masyarakat luas melalui media sosial seperti instagram. Merek pada sebuah produk yang dipromosikan oleh Awkarin rata-rata akan laku di pasaran secara luas dan

bervariasi, hal ini dikarenakan Awkarin memiliki jutaan pengikut dalam akun instagramnya yang selalu memperhatikan dan mengikuti apa yang selebgram ini lakukan. Pada *online shop* @kbeautepop Awkarin mempromosikan beberapa produk *skincare Nature Republic* dengan kreatif dan bagus, sehingga membuat konsumen ingin membeli produk itu juga di toko *online shop* tersebut. Hal ini membuat kredibilitas merek produk *Nature Republic* menjadi meningkat karena bantuan promosi atau iklan dari selebriti instgram Awkarin.

2. Berikutnya kredibilitas merek sebagai perantara antara selebriti endorser dan ekuitas merek. Merek merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah produk atau jasa ditawarkan oleh perusahaan. Selebriti endorser mampu mempengaruhi kredibilitas merek suatu produk, dengan kredibilitas merek konsumen mampu mempercayai isi pesan yang terkandung didalam sebuah merek. Hal ini diperlukan konsumen untuk memahami keunggulan dan kepercayaan atas janji dari produk tersebut. Kredibilitas Merek memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap ekuitas Merek dan memiliki peranan yang penting dalam sebuah perusahaan. Sebuah merek dapat dikatakan kredibel jika merek atau produk tersebut mampu menepati janjinya kepada konsumen. Pada toko *online shop* @kbeautepop menjadikan selebgram Awkarin sebagai selebriti *endorser* terkait produk *Nature Republic*, selebgram harus benar-benar memberikan informasi yang terpercaya berkaitan dengan kategori produk atau merek yang diiklankan kepada konsumen. Selain itu, jika pebisnis mampu memberikan klaim bagus tentang produk atau mereknya kepada konsumen, dengan senang hati konsumen

akan merekomendasikan merek tersebut ke masyarakat luas tanpa dibayar sekalipun dan pastinya konsumen akan loyal terhadap merek atau produk tersebut atas klaim yang diberikan.

3. Kredibilitas Endorser memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Ekuitas Merek. Kredibilitas Endorser memiliki peran penting dalam menarik perhatian konsumen. Para pebisnis perlu bekerja sama dengan selebriti atau selebgram dalam memasarkan produknya supaya dikenal oleh masyarakat luas. Pebisnis juga harus benar-benar memberikan pelayanan serta kualitas yang unggul dan baik untuk konsumennya, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang ditawarkan oleh pebisnis terkait dengan merek atau produk tersebut. Pemakaian endorser juga akan berpengaruh pada ekuitas merek dari produk, karena konsumen akan percaya bahwa produk tersebut memiliki keunggulan dibanding produk atau merek lain karena orang dikalangan artis, aktor maupun selebgram saja memakai produk itu. Apabila pengikut Awkarin ini menggunakan produk *Nature Republic* dari @kbeautepop dan merasakan manfaat dari produk tersebut, maka otomatis akan ikut serta mempromosikan merek *skincare* itu karena merasa bangga para pengikutnya juga memakai produk yang sama dengan idolanya. Hal tersebut menimbulkan sebuah kesadaran merek, asosiasi, persepsi kualitas dan loyalitas merek dari konsumen terhadap produk *skincare Nature Republic*.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran**

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada satu objek saja, yaitu *Skincare* yang bermerk *Nature Republic*. Diharapkan pada penelitian berikutnya dapat membandingkan dari 2 merek *skincare* selain *Nature Republic* atau produk lain seperti kosmetik, merek makanan dan minuman maupun produk elektronik lainnya.
2. Responden dari penelitian ini hanya terfokus pada konsumen yang menggunakan media sosial instagram saja, mayoritas respondennya adalah perempuan dan hanya berada di Yogyakarta. Penelitian berikutnya dapat mengeksplorasi responden dengan lebih beragam dan berasal dari kota selain kota Yogyakarta, dengan sampel yang lebih banyak dan tidak hanya pada media sosial instagram tetapi yang lainnya seperti facebook, *twitter* maupun *website*.
3. Penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel Kredibilitas Endorser, Kredibilitas Merek dan Ekuitas Merek pada konsumen *Skinacre Nature Republic*. Penelitian berikutnya dapat menambahkan variabel-variabel lain yang mampu menjelaskan dan Kredibilitas Endorser, Kredibilitas Merek, Ekuitas Merek dan sebagainya dengan lebih baik.
4. Pada variabel penelitian ini terdapat dua variabel yang dimensinya tidak dibagi berdasarkan variabelnya. Diharapkan pada penelitian selanjutnya supaya peneliti menambahi dimensi pada variabel yang ada didalam teori.
5. Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis regresi saja dan pada variabel ekuitas merek terdapat empat dimensi yang dijadikan satu. Diharapkan pada

penelitian yang akan datang menggunakan analisis SEM supaya bisa melihat hasil keseluruhan dan pada variabel ekuitas merek ditambahkan dimensi-dimensi yang ada pada variabel tersebut seperti : brand awareness, brand associations, perceived quality dan brand loyalty.



## DAFTAR PUSTAKA

- Bhatt, Rachita and Jayesh D.(2013).Impact of Celebrity Endorser's Source Credibility on Attitude Towards Advertisements and Brands. Volume 20 No.4.(2013).
- Carroll,Angela. (2009). Brand communications in fashion categories using celebrity Endorsement. Vol.17, 146 – 158.
- Dwivedi, Johnson, and McDonald.(2015). Celebrity endorsement, self brandconnection and consumer-based brand equity. Vol.24/5 (2015) 449 461.
- Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and K.L, Keller. (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Mat Dom, Ramli, Lim Li Chin dan Fern and Tan Tze. (2015). Determinants Of effectiveness Of Celebrity Endorsement In Advertisement. Volume 50 No. 5.2016.
- Mishra, Anubhav A. and Mishra, Abhinav. (2014). National vs. Local Celebrity Endorsement and Politics, (2014) 27:409–425.
- Munnukka, Uusitalo and Toivonen. (2015). Credibility of a peer endorser and advertising effectiveness. Volume 33 · Number 3 · 2016 · 182–192.
- Sertoglu, Catli and Korkmaz, Sezer. (2014). Examining the Effect of Endorser Credibility on the Consumers' Buying Intentions: An Empirical Study in Turkey. Vol. 4, No. 1, 2014,pp.66-77.
- Shimp, Terence A. (2000). Periklanan Promosi. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Shimp, Terence. A. (2003). Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran.Terpadu, Jilid I ( edisi 5), Jakarta: Erlangga.



Spry, Pappu and Cornwell, T. Bettina. (2009). Celebrity endorsement, brand credibility and brand equity. Vol. 45 No. 6, 2011.

Sugiyono. (2012). "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", *Alfabeta, Bandung*.

Zhao, Lynch, Chen.(2010).Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths about Mediation Analysis. Vol. 37.August (2010).



**Internet :**

<http://beautynesia.id/22655-tentang-Nature-Republic>

<https://apjii.or.id/survei2017>

<https://digitalmarketer.id/news/social-media-dan-media-marketing-di-2017-edisi-instagram-snapchat/>

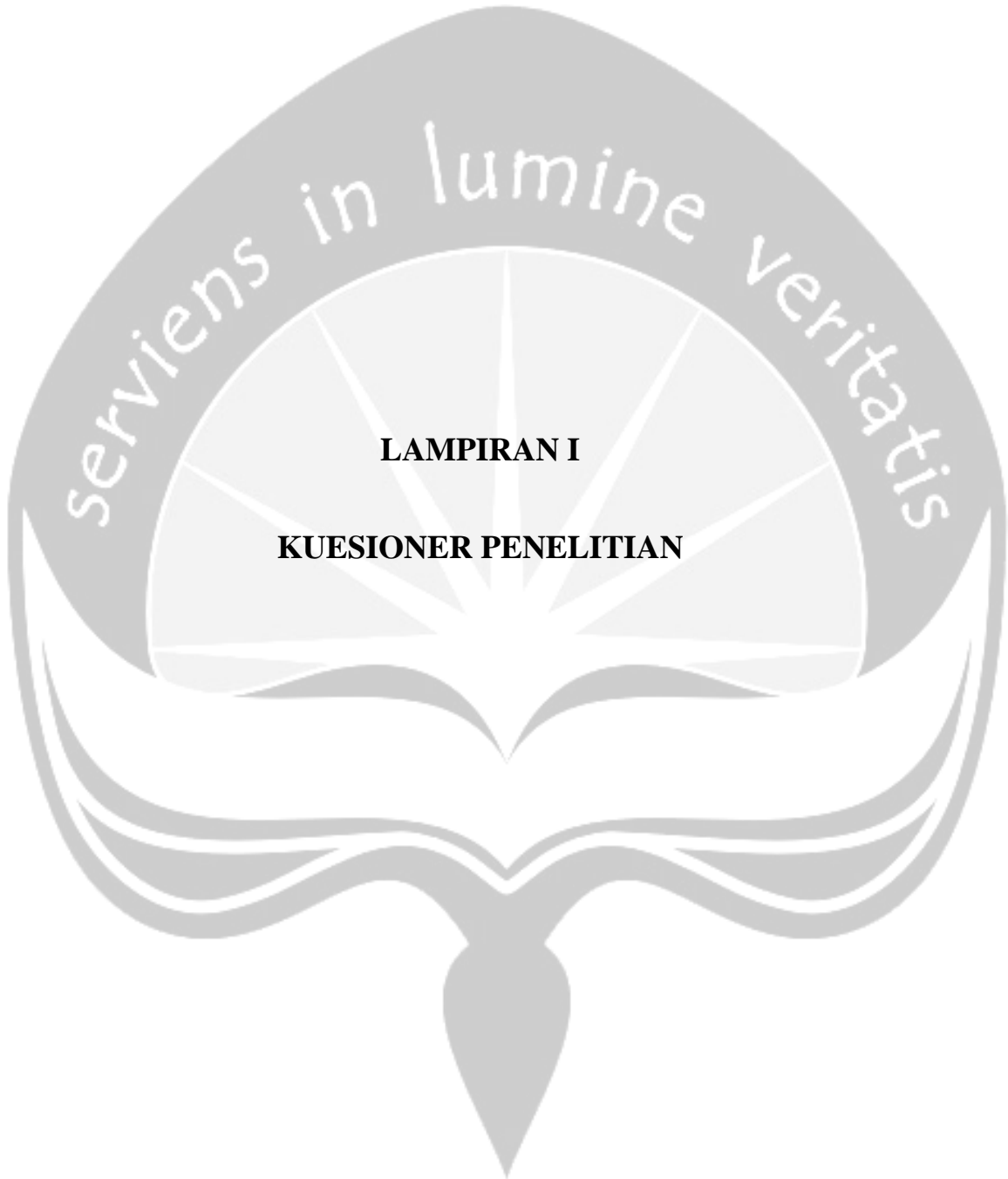
<https://ekonomi.kompas.com/read/2014/09/11/105600526/Iklan.Efektif.di.Media.Sosial>

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161024161722-185-167570/pengguna-internet-di-indonesia-didominasi-anak-muda>

<http://www.gomarketingstrategic.com/2016/06/pengertian-konsep-fungsi-dan-tipe-brand.html>

<https://www.kompasiana.com/bencha/59d0da972ba8d16a6211c7f2/peran-media-sosial-instagram-dalam-penyebaran-berita>

<https://www.selebriiti.co.id/biodata/awkarin/>



## Kuesioner Penelitian

### Bagian 1

Petunjuk : Isilah titik-titik dibawah ini pada pertanyaan atau berilah tanda (X) pada pertanyaan pilihan.

1. Jenis kelamin :

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

2. Usia saat ini : ..... tahun.

3. Rata-rata uang saku per bulan :

- a. < Rp 1.000.000,00
- b. Rp 1.000.001,00 – Rp 1.500.000,00
- c. Rp 1.500.001,00 – Rp 2.000.000,00
- d. > Rp 2.000.000,00

4. Apakah anda mengetahui selebgram Awkarin di sosial media instagram ?

- a. Ya
- b. Tidak

5. Seberapa sering anda membuka instagram dalam sehari ?

- a. < 1 kali
- b. 2 - 10 kali
- c. 11 - 20 kali

d. > 20 kali

6. Apakah anda mengetahui produk *skincare Nature Republic* ?

a. Ya

b. Tidak

7. Apakah anda pernah membeli produk *skincare Nature Republic* ?

a. Ya

b. Tidak

## Bagian 2 :

Responden diminta untuk melingkari jawaban dari skala 1 hingga 5 yang paling mencerminkan perasaan anda terhadap **endorser Awkarin** sebagai media pengiklan dari produk *skincare* merek *Nature Republic*, dengan skala penilaian sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

### A. Trustworthiness (Kejujuran)

	STS	TS	N	S	SS	
1. Tidak Dapat Diandalkan	1	2	3	4	5	Dapat Diandalkan
2. Tidak Jujur	1	2	3	4	5	Jujur
3. Informasi Tidak Terpercaya	1	2	3	4	5	Informasi Terpercaya
4. Tidak Tulus	1	2	3	4	5	Tulus
5. Tidak Dapat Dipercaya	1	2	3	4	5	Dapat Dipercaya

### B. Attractiveness (Daya Tarik)

	STS	TS	N	S	SS	
1. Tidak Menarik	1	2	3	4	5	Menarik
2. Tidak Berkelas	1	2	3	4	5	Berkelas
3. Jelek	1	2	3	4	5	Cantik / Tampan
4. Tidak Elegan	1	2	3	4	5	Elegan
5. Tidak Seksi	1	2	3	4	5	Seksi

### C. Expertise (Keahlian)

	STS	TS	N	S	SS	
1. Tidak Ahli	1	2	3	4	5	Ahli
2. Tidak Berpengalaman	1	2	3	4	5	Berpengalaman
3. Tidak berpengetahuan	1	2	3	4	5	Berpengetahuan
4. Tidak Berkualitas	1	2	3	4	5	Berkualitas
5. Tidak Terampil	1	2	3	4	5	Terampil

### D. Kredibilitas Merek

Pada skala 1 hingga 5 lingkarih angka yang paling mencerminkan perasaan Anda terhadap pertanyaan-pertanyaan berikut yang berkaitan dengan Kredibilitas Merek dari **produk Nature Republic**.

1. Merek *Nature Republic* ini mengingatkan saya pada selebgram Awkarin saat dia mempromosikan produk tersebut di akun instagramnya.

STS	TS	N	S	SS
1	2	3	4	5

2. Merek *Nature Republic* ini mempunyai kualitas yang bagus seperti apa yang dijanjikan pada konsumen.

STS	TS	N	S	SS
-----	----	---	---	----

	1	2	3	4	5
3. Merek <i>Nature Republic</i> memberikan apa yang dijanjikan sebagai <i>skincare terbaik</i> berdasarkan manfaat dari produk tersebut.					
	STS	TS	N	S	SS
	1	2	3	4	5
4. Klaim produk merek <i>Nature Republic</i> ini dapat dipercaya.					
	STS	TS	N	S	SS
	1	2	3	4	5
5. Berdasarkan pengalaman saya merek <i>Nature Republic</i> ini membuat saya berharap agar produk ini mampu menepati janjinya pada konsumen.					
	STS	TS	N	S	SS
	1	2	3	4	5
6. Merek <i>Nature Republic</i> memiliki nama yang dapat saya percayai.					
	STS	TS	N	S	SS
	1	2	3	4	5
7. Merek <i>Nature Republic</i> ini menjadi sebuah produk yang berkualitas.					
	STS	TS	N	S	SS
	1	2	3	4	5

### E. Ekuitas Merek

Pada skala 1 hingga 5, dengan 1 "sangat tidak mungkin" dan 5 "sangat mungkin", lingkari angka yang paling mencerminkan perasaan Anda terhadap pertanyaan berikut yang berkaitan dengan Ekuitas Merek dari **produk *Nature Republic***.

#### 1. Kesadaran merek (Brand Awareness)

	Sangat Tidak Mungkin	Tidak Mungkin	Netral	Mungkin	Sangat Mungkin			
	1	2	3	4	5			
1. Seberapa mungkin anda mengetahui dengan produk <i>Skincare Nature</i> .				1	2	3	4	5

2. Seberapa mungkin anda mengenal produk <i>skincare</i> <i>Nature Republic</i>	1	2	3	4	5
3. Seberapa mungkin karakteristik dari produk <i>skincare</i> <i>Nature Republic</i> mudah diingat.	1	2	3	4	5

## 2. Asosiasi Merek (Brand Associations)

	Sangat Tidak Mungkin	Tidak Mungkin	Netral	Mungkin	Sangat Mungkin
	1	2	3	4	5
1. Seberapa mungkin bahwa merek <i>Nature Republic</i> pada produk <i>skincare</i> menawarkan kualitas yang baik sesuai harganya.	1	2	3	4	5
2. Seberapa mungkin merek <i>Nature Republic</i> pada produk <i>skincare</i> laku dijual dikalangan masyarakat.	1	2	3	4	5
3. Apakah anda menyukai produk <i>skincare</i> yang bermerek <i>Nature Republic</i> .	1	2	3	4	5
4. Saya percaya <i>Nature Republic</i> sebagai produsen produk <i>skincare</i>	1	2	3	4	5
5. Saya merasa bangga memiliki produk <i>skincare</i> merek <i>Nature Republic</i>	1	2	3	4	5

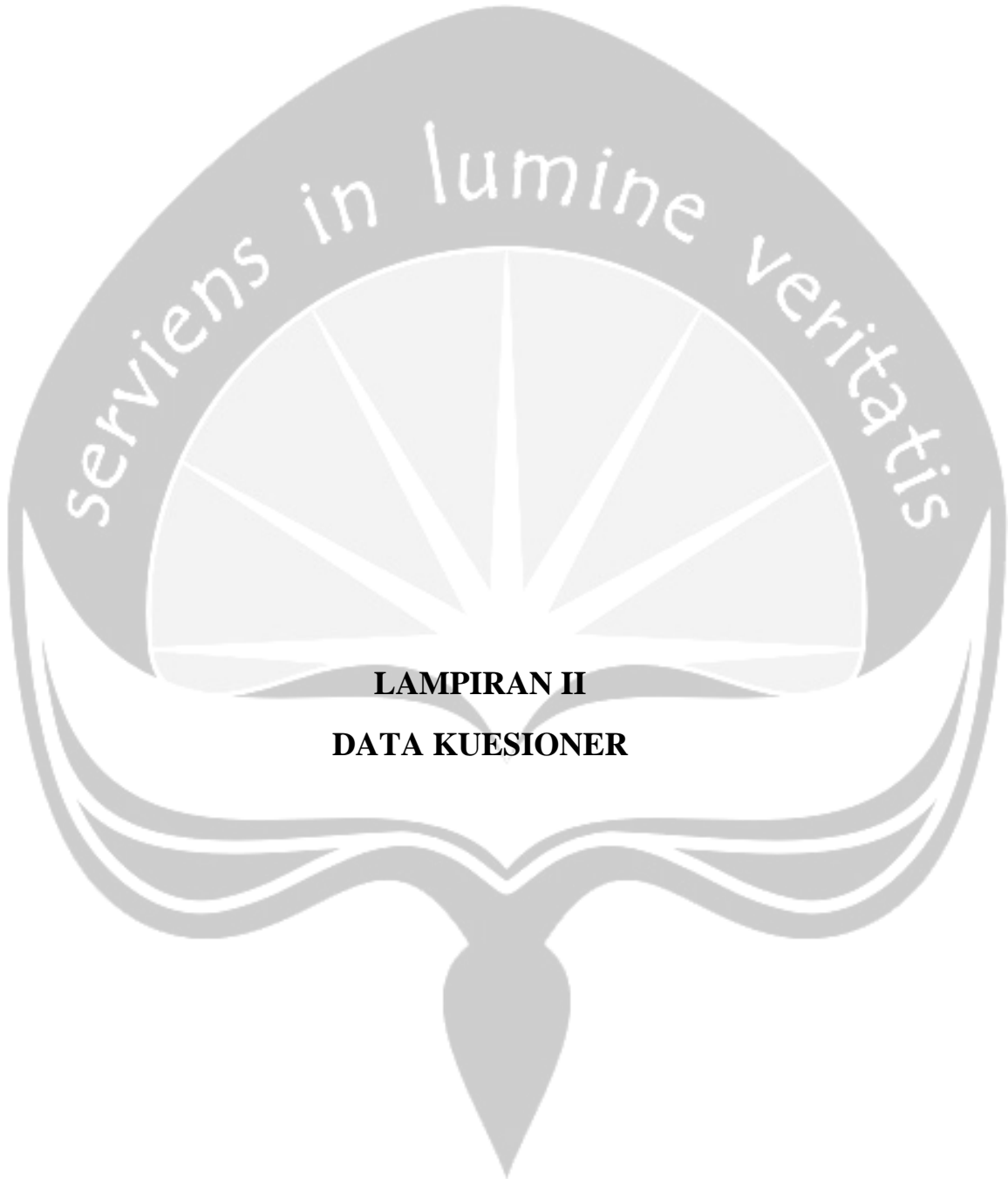
## 3. Persepsi Kualitas (Perceived Quality)

	Sangat Tidak Mungkin	Tidak Mungkin	Netral	Mungkin	Sangat Mungkin
	1	2	3	4	5
1. Seberapa mungkin bahwa merek <i>Nature Republic</i> mempunyai kualitas yang sangat tinggi.	1	2	3	4	5
2. Seberapa mungkin merek <i>Nature Republic</i> mempunyai kualitas yang sangat konsisten.	1	2	3	4	5
3. Seberapa mungkin merek <i>Nature Republic</i> menawarkan layanan yang baik.	1	2	3	4	5
4. Seberapa mungkin merek <i>Nature Republic</i> dapat diandalkan.	1	2	3	4	5



#### 4. Loyalitas Merek (Brand Loyalty)

	Sangat Tidak Mungkin	Tidak Mungkin	Netral	Mungkin	Sangat Mungkin					
	1	2	3	4	5					
1. Saya loyal terhadap merek <i>Nature Republic</i> ketika membeli produk <i>skincare</i> .					1	2	3	4	5	
2. Saya akan menjadikan <i>Nature Republic</i> sebagai pilihan pertama saya ketika membeli produk <i>skincare</i> .					1	2	3	4	5	
3. Saya tidak akan membeli produk <i>skincare</i> merek lain jika <i>Nature Republic</i> tersedia di toko.					1	2	3	4	5	



**LAMPIRAN II**  
**DATA KUESIONER**

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendapatan	Apakah anda mengenal Awkarin?	Apakah anda pernah mengetahui Nature Republic?	Seberapa sering anda membuka instagram sehari?	Apa anda pernah membeli Nature Republic?
1	Laki-laki	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Ya
2	Laki-laki	20	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
3	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
4	Perempuan	23	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
5	Perempuan	20	<1.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Tidak
6	Laki-laki	25	>2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Tidak
7	Perempuan	24	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	>20 Kali	Ya
8	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	>20 Kali	Tidak
9	Perempuan	21	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Tidak
10	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	>20 Kali	Ya
11	Perempuan	23	>2.000.000	Ya	Tidak	>20 Kali	Ya
12	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	>20 Kali	Ya
13	Perempuan	23	>2.000.000	Ya	Tidak	>20 Kali	Ya
14	Laki-laki	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Tidak
15	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Tidak
16	Laki-laki	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Tidak
17	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Tidak
18	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
19	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Tidak
20	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Tidak
21	Perempuan	21	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	>20 Kali	Ya
22	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Ya
23	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Tidak
24	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Tidak
25	Laki-laki	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	2-10 Kali	Tidak
26	Perempuan	24	>2.000.000	Ya	Tidak	2-10 Kali	Tidak
27	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Tidak
28	Perempuan	23	>2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Ya
29	Perempuan	21	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Tidak
30	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	11-20 Kali	Tidak
31	Perempuan	21	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
32	Perempuan	21	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	>20 Kali	Ya
33	Perempuan	21	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	>20 Kali	Ya
34	Perempuan	21	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	>20 Kali	Ya

35	Perempuan	21	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
36	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
37	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
38	Perempuan	23	>2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
39	Perempuan	23	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
40	Perempuan	23	>2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
41	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
42	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
43	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
44	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
45	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
46	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
47	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	>20 Kali	Ya
48	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	>20 Kali	Ya
49	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	>20 Kali	Ya
50	Laki-laki	22	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
51	Laki-laki	23	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
52	Laki-laki	25	>2.000.000	Ya	Ya	2-10 Kali	Ya
53	Laki-laki	25	>2.000.000	Ya	Ya	2-10 Kali	Ya
54	Laki-laki	24	>2.000.000	Ya	Ya	2-10 Kali	Ya
55	Laki-laki	23	>2.000.000	Ya	Ya	2-10 Kali	Ya
56	Laki-laki	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
57	Laki-laki	21	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
58	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
59	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
60	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
61	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
62	Perempuan	24	>2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
63	Perempuan	25	>2.000.000	Ya	Ya	2-10 Kali	Ya
64	Perempuan	26	>2.000.000	Ya	Ya	2-10 Kali	Ya
65	Perempuan	28	>2.000.000	Ya	Ya	2-10 Kali	Ya
66	Perempuan	28	>2.000.000	Ya	Ya	2-10 Kali	Ya
67	Perempuan	27	>2.000.000	Ya	Ya	2-10 Kali	Ya
68	Perempuan	26	>2.000.000	Ya	Ya	2-10 Kali	Ya
69	Perempuan	25	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	2-10 Kali	Ya
70	Perempuan	25	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	2-10 Kali	Ya
71	Perempuan	24	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	2-10 Kali	Ya
72	Perempuan	24	>2.000.000	Ya	Ya	2-10 Kali	Ya

73	Perempuan	25	>2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
74	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
75	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
76	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
77	Perempuan	23	>2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
78	Perempuan	23	>2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
79	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
80	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
81	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
82	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
83	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
84	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
85	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
86	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
87	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	> 20 Kali	Ya
88	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	> 20 Kali	Ya
89	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	> 20 Kali	Ya
90	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
91	Perempuan	21	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
92	Perempuan	21	<1.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Tidak
93	Perempuan	21	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Tidak
94	Perempuan	21	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	> 20 Kali	Ya
95	Perempuan	21	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	> 20 Kali	Ya
96	Perempuan	21	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
97	Perempuan	21	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	> 20 Kali	Ya
98	Perempuan	21	>2.000.000	Ya	Ya	> 20 Kali	Ya
99	Perempuan	19	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
100	Perempuan	20	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
101	Perempuan	20	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
102	Perempuan	20	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
103	Perempuan	20	<1.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Tidak
104	Perempuan	20	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
105	Perempuan	20	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
106	Perempuan	20	<1.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
107	Perempuan	20	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
108	Perempuan	20	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
109	Perempuan	19	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
110	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Tidak

111	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
112	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
113	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
114	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
115	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
116	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
117	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11-20 Kali	Ya
118	Perempuan	23	>2.000.000	Ya	Ya	>20 Kali	Ya
119	Laki-laki	23	1.000.001-1.500.000	Ya	Tidak	2 - 10 kali	Tidak
120	Laki-laki	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11 - 20 kali	Ya
121	Perempuan	21	>2.000.000	Ya	Ya	11 - 20 kali	Ya
122	Perempuan	22	< 1.000.000,00	Ya	Tidak	2 - 10 kali	Tidak
123	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	> 20 kali	Ya
124	Laki-laki	22	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	< 1 kali	Ya
125	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11 - 20 kali	Ya
126	Laki-laki	22	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	< 1 kali	Ya
127	Perempuan	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	> 20 kali	Ya
128	Perempuan	23	<1.000.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
129	Perempuan	22	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11 - 20 kali	Ya
130	Perempuan	23	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	11 - 20 kali	Ya
131	Perempuan	21	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	> 20 kali	Ya
132	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11 - 20 kali	Ya
133	Perempuan	23	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
134	Laki-laki	23	>2.000.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
135	Perempuan	23	<1.000.000	Ya	Ya	11 - 20 kali	Ya
136	Perempuan	23	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
137	Perempuan	22	<1.000.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Tidak
138	Laki-laki	23	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Tidak
139	Laki-laki	23	>2.000.000	Ya	Ya	11 - 20 kali	Tidak
140	Perempuan	23	>2.000.000	Ya	Ya	> 20 kali	Ya
141	Laki-laki	22	>2.000.000	Ya	Tidak	2 - 10 kali	Ya
142	Laki-laki	19	>2.000.000	Ya	Tidak	2 - 10 kali	Ya
143	Laki-laki	23	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	> 20 kali	Ya
144	Perempuan	22	>2.000.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya

145	Laki-laki	21	1.000.001-1.500.000	Ya	Tidak	11 - 20 kali	Ya
146	Perempuan	22	<1.000.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
147	Perempuan	23	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
148	Perempuan	22	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	> 20 kali	Ya
149	Laki-laki	23	<1.000.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
150	Perempuan	21	<1.000.000	Ya	Ya	11 - 20 kali	Ya
151	Perempuan	27	>2.000.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
152	Perempuan	26	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	2 - 10 kali	Ya
153	Perempuan	22	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
154	Perempuan	22	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	11 - 20 kali	Tidak
155	Perempuan	21	<1.000.000	Ya	Ya	> 20 kali	Ya
156	Laki-laki	22	<1.000.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
157	Perempuan	22	<1.000.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
158	Perempuan	27	>2.000.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
159	Perempuan	20	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
160	Perempuan	22	<1.000.000	Ya	Ya	< 1 kali	Ya
161	Laki-laki	24	>2.000.000	Ya	Ya	< 1 kali	Ya
162	Perempuan	20	<1.000.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
163	Laki-laki	24	1.500.001-2.000.000	Ya	Tidak	< 1 kali	Tidak
164	Perempuan	23	1.000.001-1.500.000	Ya	Ya	2 - 10 kali	Ya
165	Perempuan	20	1.500.001-2.000.000	Ya	Ya	> 20 kali	Ya
166	Perempuan	19	<1.000.000	Ya	Ya	> 20 kali	Tidak
167	Laki-laki	19	<1.000.000	Ya	Tidak	2 - 10 kali	Tidak
168	Perempuan	20	1.000.001-1.500.000	Ya	Tidak	> 20 kali	Ya

No	KE1	KE2	KE3	KE4	KE5	KE6	KE7	KE8	KE9	KE10	KE11	KE12	KE13	KE14	KE15
1	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
6	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
7	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
10	3	2	3	2	2	3	4	2	3	4	2	3	2	3	2
11	3	2	1	3	1	2	3	1	2	2	1	1	2	1	1
12	4	2	3	3	4	3	2	4	4	4	4	3	3	5	4
13	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
14	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4
15	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3
16	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
17	4	2	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	4	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
19	3	2	3	3	2	4	4	4	4	4	3	2	2	3	2
20	4	4	3	2	4	3	1	3	2	4	3	4	2	2	2
21	4	2	3	3	3	4	3	1	2	3	2	3	1	3	3
22	4	1	1	3	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3
23	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
24	3	2	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3	2	3	3
25	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
26	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
28	3	4	4	3	4	2	2	3	3	4	2	3	3	2	3
29	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
30	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
31	4	3	4	4	3	5	5	4	4	2	4	5	3	2	5
32	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5
33	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	2	2	5	4	5
34	5	2	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5
35	5	2	1	4	3	5	3	5	4	4	3	3	5	5	5



36	4	5	4	5	5	1	5	5	3	3	1	1	5	4	5
37	3	3	2	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	1
38	4	4	3	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
39	4	1	1	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
40	4	4	3	4	4	4	2	4	4	2	3	3	4	4	4
41	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4
42	4	2	4	4	5	2	5	2	2	4	3	4	4	4	4
43	4	2	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	5	5
44	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2	3	4	4
45	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	5	1	1	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	5	4
47	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4
48	5	2	2	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
49	4	2	4	4	3	2	5	5	5	5	3	3	4	5	5
50	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3	2	2	3	5	5
51	4	2	3	4	3	2	4	4	4	2	1	1	1	4	4
52	5	1	5	5	5	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4
53	3	1	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	1	2
54	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4
55	4	3	4	4	3	3	5	5	4	5	1	1	1	4	4
56	4	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
57	4	2	3	4	3	1	5	5	4	5	1	4	3	5	5
58	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	2	1	4	4	4
59	5	2	5	5	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4
60	5	3	1	5	4	4	5	5	5	5	3	1	3	5	5
61	4	3	3	4	3	5	4	4	5	4	2	3	3	5	3
62	5	3	4	4	4	5	4	5	5	3	3	3	3	4	3
63	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	2	4	3
65	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
66	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
67	4	3	4	4	4	4	4	5	5	3	3	3	4	5	4
68	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	5	3
69	4	5	3	3	3	4	3	4	3	2	2	2	2	4	5
70	3	2	4	3	4	4	4	5	5	4	1	1	4	5	3
71	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3
72	3	2	1	3	2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
73	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4

74	4	3	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	2	4	4
75	4	3	3	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	3	4
76	3	3	2	4	4	3	4	4	5	4	2	1	2	3	4
77	4	3	4	4	3	5	5	5	5	4	2	2	3	2	3
78	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
79	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	5	4
80	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
81	5	5	5	5	5	2	4	2	4	3	4	5	4	5	4
82	3	2	4	4	4	5	4	5	4	3	2	2	2	3	3
83	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3
84	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	3	4	4	4	3	4	3	3	5	2	2	3	3	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
87	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
88	4	4	3	4	3	5	5	5	5	5	2	2	4	5	5
89	3	2	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	3	3	3
90	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	3	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
92	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	3
93	4	1	2	4	4	4	5	4	5	4	2	2	1	4	1
94	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	3	3	3	1	5
95	4	3	3	3	3	4	5	5	5	3	3	4	3	1	1
96	3	4	5	4	3	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4
97	4	4	4	5	3	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4
98	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	3	3	5	5
99	3	2	2	3	4	3	3	4	4	4	3	2	2	4	4
100	3	3	4	4	3	4	5	5	5	4	3	3	1	5	5
101	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
102	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	2	3
103	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	5	5	5	5	5
104	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	4	4
105	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	1
106	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
107	3	2	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	3	2
108	4	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2
109	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	2	4	4	3	3
110	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	3
111	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	5	5

112	4	2	4	4	2	3	3	3	3	5	4	4	4	5	5
113	1	1	1	2	1	3	3	3	3	5	4	4	4	5	4
114	3	3	3	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3	1	1
115	4	1	5	5	3	4	4	5	5	3	4	4	4	3	3
116	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	1	1	1	4	2
117	5	2	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
118	3	5	5	2	5	4	4	4	4	4	5	5	5	1	2
119	4	2	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3
120	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	2	4	3
121	5	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
122	5	3	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3
123	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4
124	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	2	2
125	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3
126	4	2	2	3	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	4
127	4	3	3	4	3	5	5	5	5	4	4	5	4	2	3
128	5	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	5	3	3	3
129	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
130	3	2	2	3	4	5	5	5	5	3	1	3	1	2	4
131	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3
132	4	2	2	4	2	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5
133	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
134	4	3	4	4	3	5	4	4	4	5	1	1	1	2	1
135	4	3	3	4	4	3	3	5	4	5	3	4	4	2	1
136	5	2	4	5	4	3	3	4	4	4	2	2	5	3	3
137	5	5	5	5	4	3	5	3	4	3	3	4	2	4	3
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
139	4	5	5	5	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
140	4	3	4	3	4	4	5	4	3	2	3	3	3	3	3
141	3	3	5	3	4	5	4	5	4	4	5	5	5	2	2
142	3	3	5	3	3	3	3	4	4	5	3	4	3	3	1
143	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	3	3
144	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	2	4	3	3
145	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	3	3	4	5	5
146	5	3	5	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3
147	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3
148	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
149	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4

150	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
151	3	2	2	2	2	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4
152	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4
153	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3
154	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
155	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
156	3	3	3	2	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3
157	2	2	2	2	2	4	4	5	5	5	1	3	3	4	4
158	3	3	4	3	3	4	5	4	4	4	1	1	1	1	1
159	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4
160	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
161	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3
162	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	2	3	2
163	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
164	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4
165	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4
166	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2
167	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5
168	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3

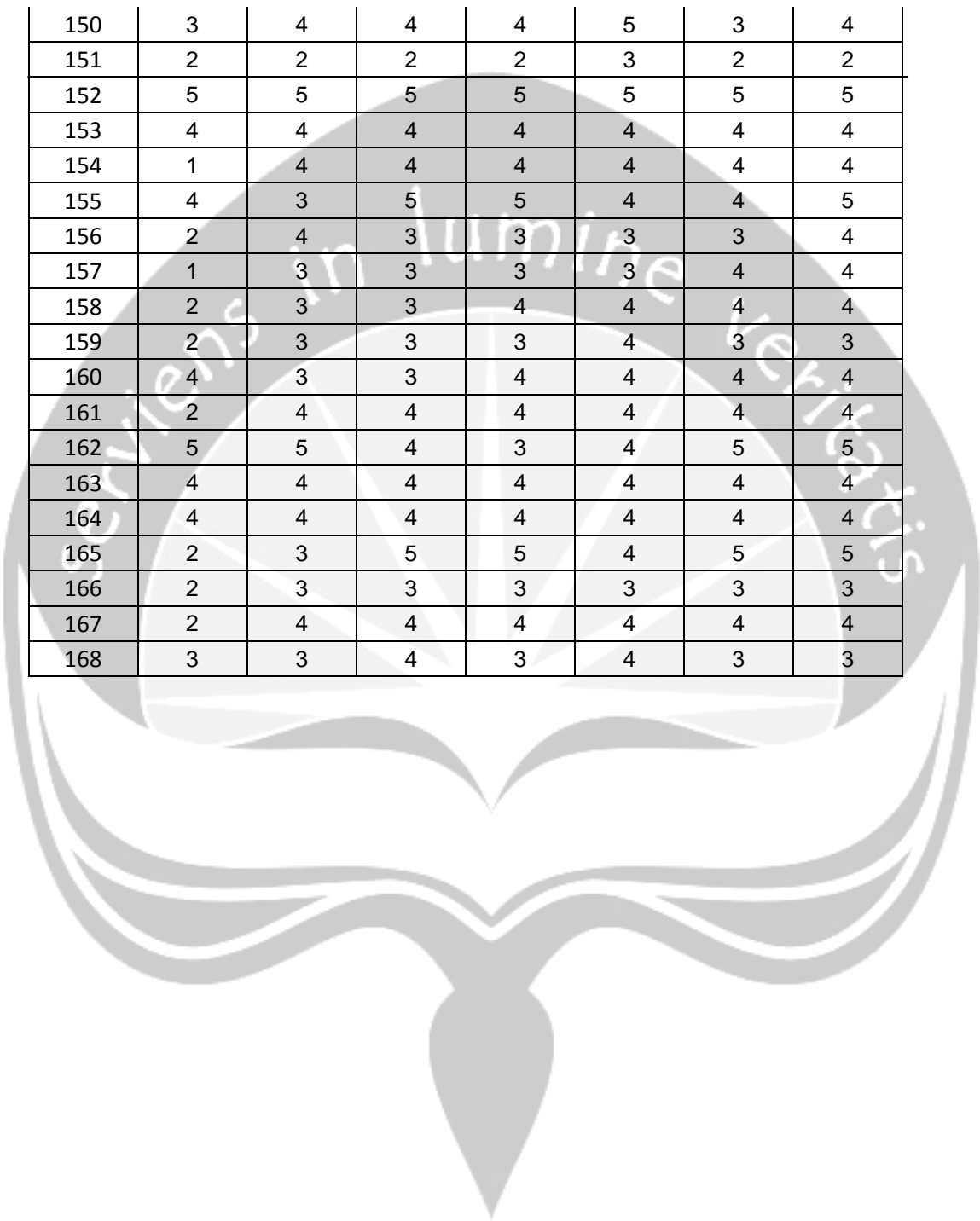
No	KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	KM6	KM7
1	4	4	5	5	4	5	5
2	4	4	5	4	5	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	4	4
5	4	5	4	5	4	4	5
6	3	4	4	4	4	4	4
7	5	5	5	5	4	4	5
8	5	4	4	4	5	4	4
9	5	5	5	5	5	5	5
10	4	5	5	5	5	5	5
11	4	4	4	4	5	5	5
12	4	5	5	5	5	4	4
13	3	4	4	4	4	4	5
14	2	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4
16	5	5	5	5	5	5	4
17	5	5	4	5	4	5	4
18	5	4	4	5	4	5	5
19	4	5	4	5	4	5	5
20	5	5	5	5	5	5	5
21	4	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5
23	3	4	4	4	4	4	4
24	5	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4
26	2	4	4	4	4	4	4
27	3	4	4	4	4	4	4
28	3	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5
30	5	4	4	4	5	4	5
31	2	4	5	5	5	4	4
32	3	3	4	5	4	4	5
33	4	2	2	4	5	4	4
34	4	4	4	4	4	4	5
35	4	4	3	5	3	5	4

36	3	2	1	1	5	5	3
37	4	4	4	5	4	4	4
38	5	5	5	5	5	5	5
39	4	3	3	3	3	3	3
40	2	2	2	4	2	4	4
41	4	3	3	3	4	4	4
42	4	5	4	5	5	5	5
43	3	3	1	3	4	4	4
44	2	2	3	4	3	3	3
45	3	3	3	3	3	3	3
46	4	4	4	5	4	5	4
47	4	3	2	3	4	4	4
48	3	3	3	4	4	4	4
49	5	5	5	2	5	5	5
50	3	3	3	5	5	4	4
51	4	5	5	5	5	5	4
52	3	3	3	4	3	3	4
53	4	4	3	3	4	3	3
54	2	2	2	3	3	3	3
55	5	3	3	3	5	5	4
56	3	3	3	3	3	3	3
57	5	5	5	1	5	5	4
58	5	3	1	5	5	5	5
59	3	4	4	4	3	3	3
60	5	5	3	4	5	5	5
61	4	2	3	5	4	4	5
62	3	3	3	5	4	5	5
63	4	2	2	4	4	4	4
64	5	2	3	4	4	4	4
65	4	4	3	3	4	4	4
66	4	3	3	3	3	3	3
67	3	3	3	4	4	5	5
68	4	3	4	4	4	4	4
69	2	2	2	4	3	4	3
70	4	3	3	4	4	5	5
71	3	3	3	3	2	2	3
72	5	4	5	4	4	4	4
73	4	4	4	4	3	4	3

74	4	4	3	5	5	5	5
75	4	4	3	3	4	5	3
76	4	3	2	3	4	4	5
77	4	2	2	5	5	5	5
78	4	2	2	4	5	4	4
79	4	3	3	4	4	4	4
80	4	3	3	4	4	4	4
81	3	4	4	2	4	2	4
82	3	3	3	5	4	5	4
83	4	4	2	4	4	5	4
84	4	4	2	4	4	4	4
85	5	3	4	3	4	3	3
86	3	1	1	4	4	4	4
87	4	3	2	3	3	4	3
88	5	5	5	5	5	5	5
89	3	3	3	4	4	4	5
90	5	5	5	4	5	5	5
91	4	2	2	4	5	4	5
92	4	3	2	4	4	4	4
93	4	5	3	4	5	4	5
94	5	5	2	5	5	4	5
95	3	2	2	4	5	5	5
96	3	3	3	5	4	4	4
97	4	4	4	4	3	5	4
98	4	3	3	4	4	5	4
99	4	4	3	3	3	4	4
100	4	4	5	4	5	5	5
101	4	1	2	3	4	4	4
102	4	3	3	4	4	4	4
103	4	2	3	5	3	4	3
104	4	4	3	4	4	4	4
105	5	5	5	4	4	4	5
106	4	4	4	4	4	4	4
107	2	2	2	3	3	3	3
108	3	1	1	3	4	4	3
109	3	3	2	4	4	4	4
110	5	5	5	3	5	5	5
111	4	1	1	3	4	4	4

112	5	5	5	3	3	3	3
113	5	4	4	3	3	3	3
114	3	2	3	4	4	4	4
115	3	3	3	4	4	5	5
116	4	2	2	4	4	4	4
117	5	4	2	4	4	4	4
118	4	2	2	4	4	4	4
119	3	3	3	3	3	4	4
120	4	4	4	3	3	3	3
121	3	3	2	4	4	4	4
122	4	3	3	3	3	4	4
123	4	5	3	4	4	5	5
124	5	5	5	4	4	3	4
125	4	4	3	4	4	4	4
126	4	4	3	3	3	3	4
127	4	3	3	5	5	5	5
128	5	5	5	4	4	3	5
129	3	4	4	3	3	3	3
130	3	3	2	5	5	5	5
131	5	5	5	4	4	5	5
132	5	5	5	4	3	4	4
133	4	2	2	4	4	4	4
134	5	2	1	5	4	4	4
135	5	3	2	3	3	5	4
136	4	3	4	3	3	4	4
137	3	3	2	3	5	3	4
138	3	3	3	4	4	4	4
139	5	5	4	5	5	4	4
140	4	4	5	4	5	5	5
141	4	3	3	5	4	5	4
142	5	4	4	3	3	4	4
143	5	4	5	3	4	4	4
144	4	5	5	5	5	5	5
145	5	5	5	3	3	4	4
146	2	2	1	3	3	3	3
147	4	3	3	4	5	5	5
148	2	3	3	4	3	4	4
149	1	2	2	2	2	2	2





150	3	4	4	4	5	3	4
151	2	2	2	2	3	2	2
152	5	5	5	5	5	5	5
153	4	4	4	4	4	4	4
154	1	4	4	4	4	4	4
155	4	3	5	5	4	4	5
156	2	4	3	3	3	3	4
157	1	3	3	3	3	4	4
158	2	3	3	4	4	4	4
159	2	3	3	3	4	3	3
160	4	3	3	4	4	4	4
161	2	4	4	4	4	4	4
162	5	5	4	3	4	5	5
163	4	4	4	4	4	4	4
164	4	4	4	4	4	4	4
165	2	3	5	5	4	5	5
166	2	3	3	3	3	3	3
167	2	4	4	4	4	4	4
168	3	3	4	3	4	3	3

No	EM1	EM2	EM3	EM4	EM5	EM6	EM7	EM8	EM9	EM10	EM11	EM12	EM13	EM14	EM15
1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4
6	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
7	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
10	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
12	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3
14	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2
15	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3
16	4	4	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2
18	5	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3
19	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4
20	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
21	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
22	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	5	4	4	3	3	2	3	3	4	4	2	4
24	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	3	2	3
25	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3
26	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5	4	4
28	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
29	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3
30	3	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	3	3	4	4
31	4	4	4	4	2	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4
32	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
33	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
35	5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	2	3	2

36	4	5	4	5	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4
37	4	4	5	3	4	3	5	5	3	4	4	3	4	4	4
38	5	4	4	3	1	1	1	1	4	4	3	3	4	5	4
39	4	4	4	4	4	4	3	3	1	4	4	1	4	4	4
40	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4
41	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3
42	5	2	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	5
43	3	2	3	4	4	5	5	5	3	3	3	2	3	3	3
44	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
45	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	5	4	3	4	5
46	5	3	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
47	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5
48	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	5	5	4	4	4
49	4	4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	2	4	4	4
50	4	4	4	5	5	5	2	5	4	4	4	4	3	3	3
51	5	3	4	5	4	4	5	4	4	3	5	2	4	4	4
52	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	1	5	5	5
53	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
55	4	4	4	5	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4
56	5	5	5	3	3	3	3	3	4	5	4	2	4	4	4
57	4	3	4	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	3	3
58	4	4	5	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	4	3
59	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4
60	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	3
61	4	3	4	4	4	5	3	4	4	3	5	4	4	3	3
62	5	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4
63	4	4	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	4	4	4
64	4	4	4	2	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4
65	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5
66	3	5	3	3	2	1	4	4	5	4	3	3	4	4	5
67	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	5	5	5	3	2	3	3	2	5	4	5	5	5	5	5
69	4	4	3	3	1	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4
70	4	3	3	4	4	2	3	3	4	4	5	4	4	2	3
71	5	4	4	1	2	2	3	2	4	4	4	3	4	4	4
72	3	1	1	4	3	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2
73	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4

74	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3	3	3
75	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2
76	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4
77	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
78	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4
79	5	5	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
80	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
81	5	5	5	2	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5
82	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4
83	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3
84	4	5	5	3	3	3	3	4	5	3	3	3	2	3	4
85	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	3	4	5	2	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
88	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
89	4	5	4	4	2	2	3	3	4	5	4	3	5	4	4
90	4	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4
91	4	4	4	3	4	4	4	3	5	3	4	3	5	5	5
92	5	4	5	3	2	2	4	3	5	4	5	4	4	4	4
93	4	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4
94	2	5	3	2	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	3
95	4	3	4	3	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	3
96	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
98	5	5	5	3	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
99	4	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
100	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3
101	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
102	5	4	4	4	2	5	5	5	4	3	4	3	4	3	3
103	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
104	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
105	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4
106	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	4	3
107	4	3	4	3	2	3	2	4	3	4	4	3	4	3	4
108	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
109	5	5	5	3	2	3	3	2	5	5	5	5	5	5	5
110	5	4	5	3	1	2	2	2	5	5	5	4	5	5	5
111	5	5	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4

112	5	2	4	5	3	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4
113	1	2	1	5	4	4	3	4	1	1	1	1	2	5	1
114	5	3	3	2	3	3	3	2	3	3	5	3	3	3	3
115	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4
116	5	5	5	2	1	1	1	1	4	5	5	4	5	5	5
117	5	5	5	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	5	5
118	4	2	2	4	4	4	4	2	3	5	5	2	4	3	5
119	4	2	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
120	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3
121	5	3	4	5	1	2	4	5	5	4	4	3	4	4	4
122	5	4	5	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
123	5	3	3	2	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4
124	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
125	5	2	4	3	3	3	4	5	5	4	5	3	4	4	4
126	4	2	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4
127	4	3	4	4	4	3	4	5	3	3	3	2	3	3	4
128	4	2	4	5	5	5	4	5	3	3	4	2	3	4	4
129	3	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4
130	4	2	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2
131	5	3	5	4	5	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3
132	4	2	4	4	3	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2
133	4	2	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	3
134	4	3	4	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4
135	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
136	5	5	5	5	5	4	3	3	5	4	5	4	5	5	5
137	5	5	5	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
138	4	5	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
139	5	2	4	4	5	5	5	3	5	3	4	5	5	5	5
140	5	2	2	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4
141	4	2	2	3	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4
142	5	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5
143	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
144	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5
145	5	4	4	5	2	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4
146	5	3	4	2	2	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4
147	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
148	4	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
149	2	2	2	5	5	3	3	5	3	3	3	3	2	1	3

150	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	3
151	2	1	1	5	4	4	4	4	3	3	3	3	1	1	1
152	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5
153	4	4	4	3	2	4	4	2	4	3	3	3	4	4	4
154	4	4	5	5	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3
155	4	5	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4
156	3	3	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
157	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
158	4	4	3	4	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	3
159	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2
160	4	4	3	4	1	1	1	4	5	4	4	4	4	3	4
161	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
162	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3
163	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3
164	4	4	4	5	2	3	2	5	2	1	2	1	4	4	4
165	5	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	5
166	4	3	4	3	2	3	2	5	2	2	2	2	3	3	3
167	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4
168	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4



## TRUSTWORTHINESS

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	168	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	168	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.759	.769	5

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
TW1	3.9048	.73605	168
TW2	3.2738	1.03068	168
TW3	3.5714	.99442	168
TW4	3.9226	.75023	168
TW5	3.6726	.77766	168
AVERAGEX1	18.3452	3.09333	168



**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TW1	14.4405	7.002	.520	.416	.720
TW2	15.0714	6.103	.472	.285	.744
TW3	14.7738	5.793	.582	.377	.695
TW4	14.4226	6.820	.558	.435	.708
TW5	14.6726	6.748	.548	.312	.710

## ATTRACTIVENESS

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	168	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	168	100.0

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

**Reliability Statistics**

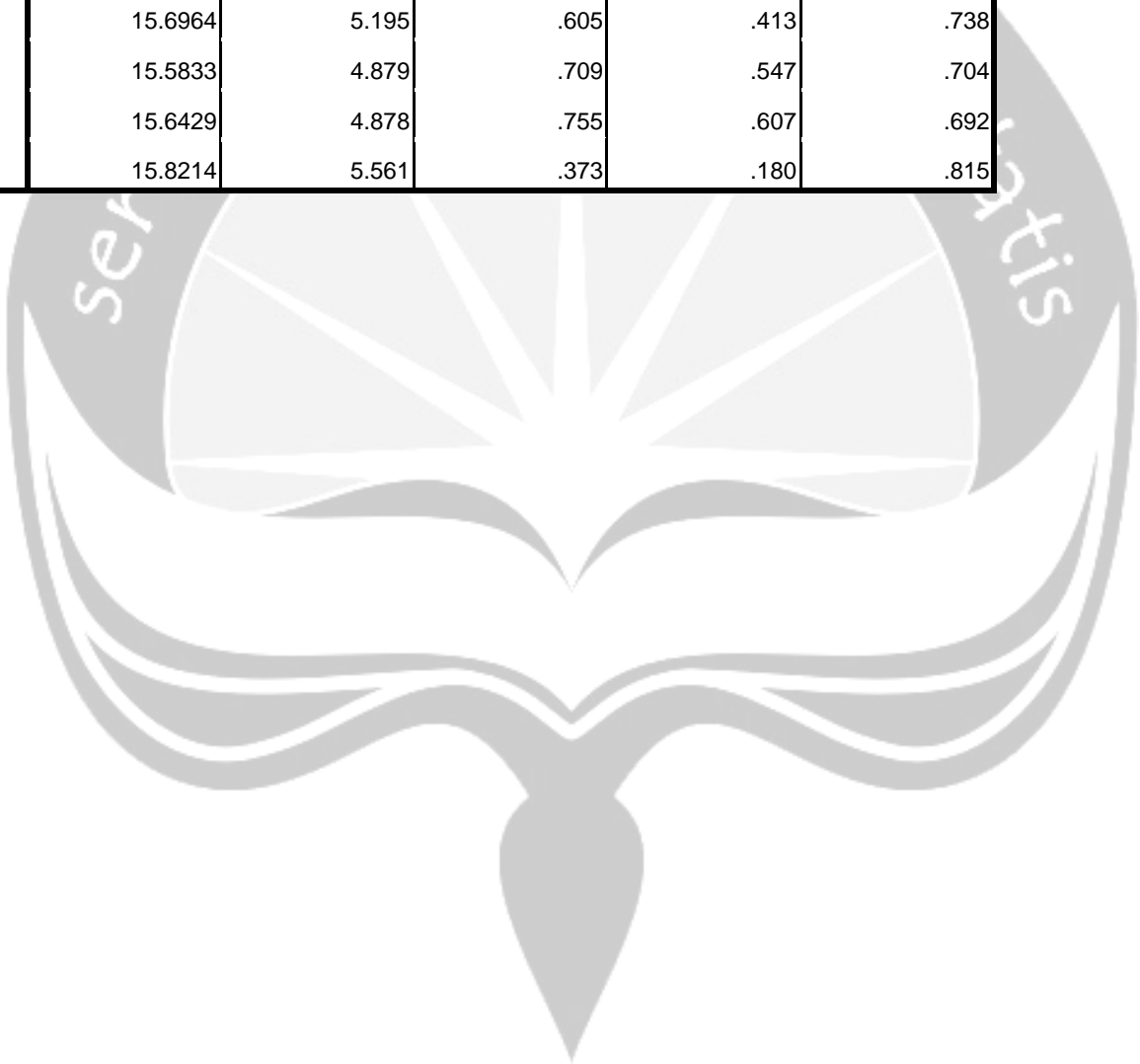
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.789	.799	5

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
AT1	3.7798	.80734	168
AT2	3.9583	.71220	168
AT3	4.0714	.72237	168
AT4	4.0119	.69203	168
AT5	3.8333	.81650	168
AVERAGEX2	19.6548	2.76849	168

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AT1	15.8750	5.308	.458	.293	.787
AT2	15.6964	5.195	.605	.413	.738
AT3	15.5833	4.879	.709	.547	.704
AT4	15.6429	4.878	.755	.607	.692
AT5	15.8214	5.561	.373	.180	.815



## EXPERTISE

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	168	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	168	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.794	.794	5

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
EX1	3.2262	1.04797	168
EX2	3.3750	1.05925	168
EX3	3.4940	1.04393	168
EX4	3.7262	1.03068	168
EX5	3.6488	1.04475	168
AVERAGEX3	17.4702	3.87210	168

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
EX1	14.2440	9.719	.639	.623	.734
EX2	14.0952	10.099	.560	.594	.760
EX3	13.9762	9.520	.680	.494	.721
EX4	13.7440	10.802	.462	.510	.790
EX5	13.8214	10.303	.537	.545	.768

## KREDIBILITAS MEREK

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	168	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	168	100.0

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

**Reliability Statistics**

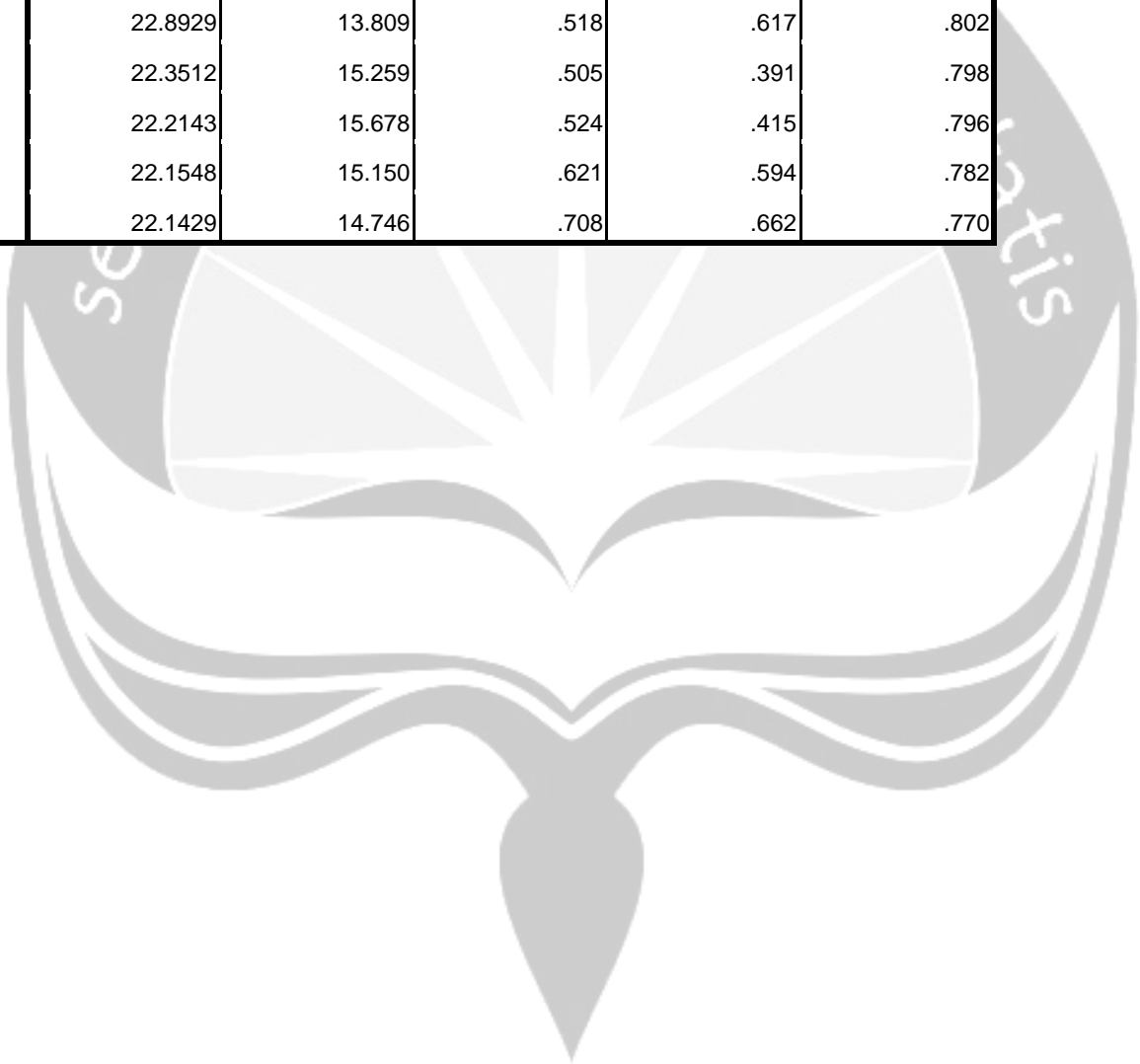
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.815	.828	7

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
KM1	3.6310	1.01226	168
KM2	3.4345	1.04188	168
KM3	3.2798	1.12631	168
KM4	3.8214	.86392	168
KM5	3.9583	.76098	168
KM6	4.0179	.76192	168
KM7	4.0298	.75364	168
AVERAGEX4	26.1726	4.40603	168

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KM1	22.5417	14.729	.471	.281	.807
KM2	22.7381	13.548	.623	.658	.778
KM3	22.8929	13.809	.518	.617	.802
KM4	22.3512	15.259	.505	.391	.798
KM5	22.2143	15.678	.524	.415	.796
KM6	22.1548	15.150	.621	.594	.782
KM7	22.1429	14.746	.708	.662	.770



## BRAND AWARENESS

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	168	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	168	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.730	.742	3

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
BAW1	4.1607	.73680	168
BAW2	3.7262	.98918	168
BAW3	4.0119	.79661	168
AVERAGEY1	11.8988	2.04921	168



**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BAW1	7.7381	2.482	.506	.324	.700
BAW2	8.1726	1.844	.512	.306	.723
BAW3	7.8869	2.029	.677	.465	.500

**BRAND ASSOCIATION**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	168	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	168	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.824	.823	5

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
--	------	----------------	---

BAS1	3.9405	.91365	168
BAS2	3.6667	1.07038	168
BAS3	3.7917	.99613	168
BAS4	3.8690	.95126	168
BAS5	3.8988	.90003	168
AVERAGEY2	19.1667	3.70897	168

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BAS1	15.2262	9.984	.509	.321	.819
BAS2	15.5000	8.515	.656	.449	.779
BAS3	15.3750	8.499	.734	.561	.754
BAS4	15.2976	9.180	.637	.494	.784
BAS5	15.2679	9.778	.563	.330	.805

## PERCEIVED QUALITY

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	168	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	168	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.840	.844	4

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
PQU1	3.9524	.82484	168
PQU2	3.7857	.83446	168
PQU3	3.9702	.76154	168
PQU4	3.6071	.94796	168
AVERAGEY3	15.3155	2.77745	168

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PQU1	11.3631	4.604	.687	.480	.791
PQU2	11.5298	4.634	.664	.459	.801
PQU3	11.3452	4.742	.721	.532	.780
PQU4	11.7083	4.304	.639	.410	.818

## BRAND LOYALTY

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	168	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	168	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.861	.861	3

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
BLO1	3.8571	.80631	168
BLO2	3.7679	.83324	168
BLO3	3.7976	.83026	168
AVERAGY4	11.4226	2.18459	168

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BLO1	7.5655	2.295	.748	.561	.794
BLO2	7.6548	2.275	.717	.514	.823
BLO3	7.6250	2.236	.744	.557	.797





## REGRESI BERGANDA

**Variables Entered/Removed**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTKM, TOTKE <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 <sup>a</sup>	.579	.574	2.785

a. Predictors: (Constant), TOTKM, TOTKE

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1761.891	2	880.946	113.620	.000 <sup>a</sup>
	Residual	1279.321	165	7.753		
	Total	3041.213	167			

a. Predictors: (Constant), TOTKM, TOTKE

b. Dependent Variable: TOTEM

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.455	2.085		5.495	.000
	TOTKE	.249	.031	.406	8.038	.000
	TOTKM	.604	.049	.627	12.409	.000

a. Dependent Variable: TOTEM

**REGRESI SEDERHANA**

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTALKE <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: TOTALKM

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.259 <sup>a</sup>	.067	.062	4.007	.067	11.964	1	166	.001

a. Predictors: (Constant), TOTALKE



**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	192.134	1	192.134	11.964	.001 <sup>a</sup>
	Residual	2665.771	166	16.059		
	Total	2857.905	167			

a. Predictors: (Constant), TOTALKE

b. Dependent Variable: TOTALKM

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.598	2.681		6.564	.000
	TOTALKE	.166	.048	.259	3.459	.001

a. Dependent Variable: TOTALKM



**UJI BEDA JENIS KELAMIN TERHADAP KREDIBILITAS ENDORSER,  
KREDIBILITAS MEREK DAN EKUITAS MEREK**

**Descriptives**

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
						AVERAGEKE	Laki-laki		
	Perempuan	138	3.71	.440	.037	3.63	3.78	2	5
	Total	168	3.70	.431	.033	3.63	3.76	2	5
AVERAGEKM	Laki-laki	30	3.71	.579	.106	3.49	3.93	2	5
	Perempuan	138	3.85	.592	.050	3.75	3.95	2	5
	Total	168	3.82	.590	.046	3.73	3.91	2	5
AVERAGEEM	Laki-laki	30	3.95	.440	.080	3.79	4.11	3	5
	Perempuan	138	3.83	.474	.040	3.75	3.91	2	5
	Total	168	3.85	.469	.036	3.78	3.92	2	5

**ANOVA**

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
AVERAGEKE	Between Groups	.080	1	.080	.428	.514
	Within Groups	30.907	166	.186		
	Total	30.987	167			
AVERAGEKM	Between Groups	.456	1	.456	1.311	.254
	Within Groups	57.773	166	.348		
	Total	58.229	167			

AVERAGEEM	Between Groups	.345	1	.345	1.576	.211
	Within Groups	36.353	166	.219		
	Total	36.698	167			

**UJI BEDA USIA TERHADAP KREDIBILITAS ENDORSER, KREDIBILITAS MEREK DAN EKUITAS MEREK**

**Descriptives**

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
AVERAGEKE	< 20	5	3.57	.574	.257	2.86	4.29	3	4
	20 – 25	156	3.71	.423	.034	3.64	3.77	2	5
	> 25	7	3.57	.535	.202	3.08	4.07	3	4
	Total	168	3.70	.431	.033	3.63	3.76	2	5
AVERAGEKM	< 20	5	3.49	.385	.172	3.01	3.96	3	4
	20 – 25	156	3.84	.580	.046	3.75	3.93	2	5
	> 25	7	3.59	.864	.327	2.79	4.39	2	5
	Total	168	3.82	.590	.046	3.73	3.91	2	5
AVERAGEEM	< 20	5	4.07	.697	.312	3.20	4.93	3	5
	20 – 25	156	3.85	.452	.036	3.78	3.92	2	5
	> 25	7	3.83	.696	.263	3.18	4.47	3	5
	Total	168	3.85	.469	.036	3.78	3.92	2	5

**ANOVA**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
AVERAGEKE	Between Groups	.204	2	.102	.546	.580
	Within Groups	30.783	165	.187		
	Total	30.987	167			
AVERAGEKM	Between Groups	1.002	2	.501	1.445	.239
	Within Groups	57.227	165	.347		
	Total	58.229	167			
AVERAGEEM	Between Groups	.240	2	.120	.542	.582
	Within Groups	36.458	165	.221		
	Total	36.698	167			

**UJI BEDA PENDAPATAN TERHADAP KREDIBILITAS ENDORSER,  
KREDIBILITAS MEREK DAN EKUITAS MEREK**

**Descriptives**

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
AVERAGEKE <1.000.000	18	3.69	.428	.101	3.47	3.90	3	4
1.000.000-1.500.001	30	3.63	.418	.076	3.47	3.79	3	4
1.500.001-2.000.000	86	3.73	.408	.044	3.64	3.81	3	5
>2.000.000	34	3.69	.506	.087	3.51	3.87	2	5
Total	168	3.70	.431	.033	3.63	3.76	2	5
AVERAGEKM <1.000.000	18	3.67	.730	.172	3.31	4.04	2	5

	1.000.000- 1.500.001	30	3.69	.667	.122	3.44	3.93	2	5
	1.500.001- 2.000.000	86	3.90	.547	.059	3.78	4.02	2	5
	>2.000.000	34	3.82	.533	.091	3.64	4.01	3	5
	Total	168	3.82	.590	.046	3.73	3.91	2	5
AVERAGEEM	<1.000.000	18	3.81	.515	.121	3.55	4.06	3	5
	1.000.000- 1.500.001	30	3.81	.453	.083	3.65	3.98	3	5
	1.500.001- 2.000.000	86	3.85	.450	.049	3.75	3.94	2	5
	>2.000.000	34	3.93	.515	.088	3.75	4.10	2	5
	Total	168	3.85	.469	.036	3.78	3.92	2	5

#### ANOVA

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
AVERAGEKE	Between Groups	.213	3	.071	.378	.769
	Within Groups	30.774	164	.188		
	Total	30.987	167			
AVERAGEKM	Between Groups	1.447	3	.482	1.393	.247
	Within Groups	56.782	164	.346		
	Total	58.229	167			
AVERAGEEM	Between Groups	.260	3	.087	.390	.760
	Within Groups	36.438	164	.222		
	Total	36.698	167			

**UJI BEDA SEBERAPA SERING MEMBUKA INSTAGRAM DALAM SEHARI TERHADAP KREDIBILITAS ENDORSER, KREDIBILITAS MEREK DAN EKUITAS MEREK**

**Descriptives**

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
AVERAGEK E	<1 Kali	5	3.68	.364	.163	3.23	4.13	3	4
	2-10 Kali	42	3.57	.363	.056	3.46	3.69	3	4
	11-20 Kali	91	3.68	.459	.048	3.58	3.77	2	5
	>20 Kali	30	3.94	.357	.065	3.80	4.07	3	4
	Total	168	3.70	.431	.033	3.63	3.76	2	5
AVERAGEK M	<1 Kali	5	3.83	.328	.147	3.42	4.23	3	4
	2-10 Kali	42	3.56	.655	.101	3.35	3.76	2	5
	11-20 Kali	91	3.85	.539	.056	3.74	3.97	3	5
	>20 Kali	30	4.09	.554	.101	3.88	4.30	3	5
	Total	168	3.82	.590	.046	3.73	3.91	2	5
AVERAGEE M	<1 Kali	5	3.57	.359	.161	3.13	4.02	3	4
	2-10 Kali	42	3.79	.541	.084	3.62	3.96	2	5
	11-20 Kali	91	3.84	.422	.044	3.75	3.93	2	5
	>20 Kali	30	4.03	.476	.087	3.85	4.21	3	5
	Total	168	3.85	.469	.036	3.78	3.92	2	5

**ANOVA**

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
AVERAGEKE	Between Groups	2.372	3	.791	4.532	.004
	Within Groups	28.615	164	.174		

	Total	30.987	167			
AVERAGEKM	Between Groups	5.183	3	1.728	5.341	.002
	Within Groups	53.046	164	.323		
	Total	58.229	167			
AVERAGEEM	Between Groups	1.544	3	.515	2.402	.070
	Within Groups	35.154	164	.214		
	Total	36.698	167			





