

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Konsumen Lucky Cat Supply mayoritas adalah laki-laki dengan usia antara 20 sampai 34 tahun memiliki pendapatan yang cukup besar dan sudah sering berkunjung ke halaman Instagram Lucky Cat Supply.

Hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa halaman Instagram Lucky Cat Supply melakukan kampanye penjualan yang baik, dengan menerapkan strategi personalisasi serta mampu membangun interaksi dengan pelanggan yang baik/tinggi melalui ulasan konten pengguna. Hal inilah yang membuat konsumen memiliki tingkat keterlibatan, kepercayaan dan niat pembelian yang tinggi.

Hasil analisis *structural equation modelling* dapat diambil kesimpulan bahwa kampanye penjualan, personalisasi, interaktivitas, konten ulasan pengguna yang baik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dalam meningkatkan keterlibatan konsumen. Tingkat keterlibatan konsumen yang tinggi secara nyata mampu meningkatkan kepercayaan maupun niat pembelian konsumen. Hasil penelitian juga dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen akan semakin meningkatkan niat pembelian konsumen.

5.2. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini telah memberikan bukti nyata mengenai peran kampanye penjualan, personalisasi, interaktivitas, konten ulasan pengguna, keterlibatan, dan kepercayaan konsumen untuk meningkatkan niat beli konsumen. Artinya, untuk meningkatkan niat beli konsumen, para pemasar yang menggunakan sosial media sebagai media dan alat komunikasi pemasaran harus mampu membuat konsumen percaya. Kepercayaan konsumen dapat dibangun dengan cara semakin melibatkan konsumen dalam strategi pemasaran yang menggunakan sosial media. Keterlibatan konsumen tersebut dapat distimuli melalui peningkatan kampanye penjualan, personalisasi, interaktivitas, konten ulasan pengguna.

Berdasarkan hal tersebut maka setiap perusahaan yang menggunakan sosial media sebagai alat komunikasi pemasaran harus memperhatikan secara spesifik hal-hal yang dapat dilakukan akan peningkatan niat pembelian konsumen menjadi lebih efektif dan efisien. Beberapa hal yang dapat diperhatikan dan diusahakan berdasarkan temuan hasil penelitian ini yaitu pada indikator yang masih dianggap lebih rendah pada setiap variabelnya adalah sebagai berikut:

1. Fokus pada variabel kampanye penjualan dilakukan pada indikator “Saya senang menemukan penawaran bagus (menguntungkan) dari produk yang saya sukai di halaman Instagram Lucky Cat Supply”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan membuat berbagai jenis promosi penjualan yang lebih menarik dan lebih besar dibandingkan promosi penjualan sebelumnya. Promosi tersebut seperti pemberian diskon yang lebih besar untuk pembelian produk dalam jumlah nominal yang semakin besar.

2. Fokus pada variabel personalisasi dilakukan pada indikator “Saya merasa bahwa konten merek yang dipersonalisasi (seperti ucapan: “Laki-laki sejati selalu menggunakan merek X”) disesuaikan menurut minat saya”. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan menggunakan ungkapan pesonal atau *tagline* yang lebih banyak yang disesuaikan dengan karakteristik personal konsumen seperti “Ayah yang bijak lahir pada bulan Oktober”, ini disesuaikan dengan bulan kelahiran konsumen. “Wujudkan kasih sayang anda bagi orang tercinta dengan membelikan produk-produk kami” ini digunakan untuk pada momen Valentine atau hari ulang tahun.
3. Fokus pada variabel interaktivitas dilakukan pada indikator “Halaman Instagram Lucky Cat Supply mendorong pengunjung untuk berkomentar”. Pihak manajemen dapat melakukannya dengan membuka diskusi interaktif untuk mendapatkan lebih banyak komentar konsumen atau produk baru yang akan diluncurkan. Hal ini juga dilakukan untuk mengetahui respon/minat konsumen pada produk baru dan masukkan dalam bentuk komentar dapat digunakan sebagai dasar pengembangan produk.
4. Fokus pada variabel konten ulasan pengguna dilakukan pada indikator “Saya menemukan komentar pada konten yang ditulis pengguna di halaman Instagram Lucky Cat Supply. Hal ini berguna bagi saya”. Pihak manajemen dapat menginventarisir dan menggunakan testimoni konsumen yang puas atas penggunaan produk perusahaan sebagai stimulan bagi calon pembeli. Penggunaan komentar positif konsumen akan memberikan kepercayaan

yang lebih tinggi bagi calon konsumen atas kredibilitas perusahaan maupun kualitas produk yang dijual.

5. Fokus pada variabel keterlibatan dilakukan pada indikator “Saya bersedia bekerjasama dalam berbagai ide di halaman Instagram Lucky Cat Supply untuk pengembangan produk / layanan / fitur baru”. Pihak perusahaan dapat memberikan stimuli dalam berbagai macam bentuk kepada konsumen atas masukan yang membangun melalui komentar di halaman website/Instagram perusahaan. Stimuli tersebut dapat berupa voucher pembelian, *gift* menarik, dan macam lainnya yang dapat menarik perhatian konsumen.
6. Fokus pada variabel kepercayaan merek dilakukan pada indikator “Saya dapat mengandalkan kemampuan produk yang dijual di halaman Instagram Lucky Cat Supply untuk menjalankan fungsinya dengan baik seperti yang diklaim”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas produk yang akan dijual. Penggunaan bahan baku dan kontrol kualitas pada setiap proses produksi akan membantu meningkatkan kepercayaan konsumen pada perusahaan maupun pada produk yang dijualnya.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini, penulis memiliki keterbatasan antara lain adalah tidak menguji kepercayaan sebagai variabel mediasi pengaruh peran keterlibatan terhadap niat pembelian. Hal ini penting untuk dilakukan dengan pertimbangan apakah kepercayaan merupakan hal yang penting untuk ditingkatkan khususnya dalam peranannya untuk memperkuat pengaruh keterlibatan konsumen terhadap niat beli pada bisnis *online*.

Keterbatasan lain dari penelitian ini adalah mengenai definisi operasional variabel penelitian yang tidak diambil dari jurnal utama. Hal ini berdampak pada ketidaksesuaian antara definisi operasional dengan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Konsekuensinya, terdapat ketidaksesuaian antara definisi operasional dan indikator pengukuran yang menyebabkan tidak tepatnya pengukuran yang dilakukan.

5.4. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian yang telah dipaparkan di atas, penulis merumuskan saran untuk penelitian sejenis di masa yang akan datang sebagai berikut:

1. Menguji peran kepercayaan dalam hubungan kausal antara keterlibatan dengan niat pembelian. Selain itu, pada penelitian sejenis di masa yang akan datang bisa juga menambahkan variabel penelitian lain yang relevan mempengaruhi niat pembelian seperti variabel harga, keamanan transaksi, kemudahan penggunaan, manfaat, persepsi nilai dan lain sebagainya.

2. Menggunakan definisi operasional dan indikator pengukuran pertanyaan dari satu sumber yang sama. Hal ini penting untuk dilakukan agar ada kesesuaian yang tinggi antara defnisi operasional variabel penelitian dengan indikator-indikator pertanyaan penelitian. Ini dilakukan untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih berkualitas.



DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, H.R.D., Kabiry, N., dan Forghani, M.H. (2016). Factors Affecting Isfahanian Mobile Banking Adoption Based on the Technology Acceptance Model. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 3, No. 5.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Azwar, R., dan Adidarma, W. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Risiko pada Minat Beli Belanja Online. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 155-168.
- Azwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Barger, V.A., Peltier, J.W., dan Schultz, D.E. (2016). Social Media and Consumer Engagement: A Review and Research Agenda. *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 10, No. 4.
- Baum, D., Spann, M., Füller, J., dan Thürridl, C. (2018). The Impact of Social Media Campaigns on the Success of new Product Introductions. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Vol. Juli.
- Chu, K.M., dan Yuan, B.J.C. (2013). The Effects of Perceived Interactivity on e-Trust and e-Consumer Behaviors: The Application of Fuzzy Linguistic Scale. *Journal of Electronic Commerce Research*. Vol. 14, No. 1.
- Corritore, C. L., Kracher, B., dan Wiedenbeck, S. (2003). Online Trust: Concepts, Evolving Themes, a Model. *International Journal of Human-Computer Studies*, Vol. 58, No. 6.
- Dharmmesta, B.S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.
- Erdogmus, I.E., dan Tatar, S.B. (2015). Drivers of Social Commerce Through Brand Engagement. *Social and Behavioral Sciences*, Vol. 207.
- Ferdinand, A. (2015). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Unviersitas Diponegoro.
- Gay, L.R. (2015). *Educational Research Competencies For Analysis and Application*. New York : Macmillan Publishing Company.
- Hair Jr., J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., dan Black, W.C. (2014), *Multivariate Data Analysis: With Readings*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

- Hollebeek, L.D. (2011), Demystifying Customer Brand Engagement: Exploring the Loyalty Nexus, *Journal of Marketing Management*, Vol. 27, No. 7-8.
- Jain, V., Goyal, M., dan Pahwa, M.S. (2019). Modeling the Relationship of Consumer Engagement and Brand Trust on Social Media Purchase Intention - A Confirmatory Factor Experimental Technique. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, Vol. 8, No. 6.
- Kaplan, A.M., dan Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*. Vol. 53, No. 1.
- Karunanayake, T., dan Madubashini, C. (2019). The Influence of User Generated Content on Purchase Intention of Automobiles in Sri Lanka. *Asian Social Science*. Vol. 15, No. 6.
- Keng, C.J., dan Hui, Y.T. (2009). The Acceptance of Blogs: Using a Customer Experiential Value Perspective. *Internet Research*. Vol. 19, No. 5.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lee, H.S.S., Khong, K.W., dan Hong, J.L. (2014). Influence of Online Shopping Enjoyment and Trust towards Purchase Intention in Social Commerce Sites. Handbook on the Emerging Trends in Scientific Research. *Proceedings Book of ICETSR*, 2014, Malaysia.
- Liu, Y. (2013). Developing a Scale to Measure the Interactivity of Websites. *Journal of Advertising Research*, Vol. 43, No. 2.
- Mahandy, S.R., dan Sanawiri, B. (2018). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Kepercayaan Merek: Survei Pada Followers Social Media Instagram @strudelmalang. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 57. No. 2.
- Merili, P., dan dan Sandra, Z.G. (2019). Driving Online Brand Engagement, Trust, and Purchase Intention on Instagram, *Thesis*. School of Business, Society and Engineering, Mälardalen University.
- Meskaran, F., Ismail, Z., dan Shanmugam, B. (2013). Online Purchase Intention: Effects of Trust and Security Perception. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, Vol, 7, No. 6.
- Safira, P.N. (2020). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi Baru dalam Usaha Kuliner, diakses dari, <https://www.kompasiana.com/putrynadiasafira3957/5b4df89f6ddcae2eb669c112/media-sosial-sebagai-media-promosi-baru-dalam-usaha-kuliner?page=all>, , pada tanggal 1 April 2020.

- Sahin, A., dan Sahin, A. (2017). Reflection of Customer-Brand Engagement on Purchase Intention in Social Media. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*.
- Santoso, O.C. (2013). Personalized Marketing sebagai Upaya Menciptakan Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Kajian Ilmiah Mahasiswa Manajemen*. Vol. 2, No. 2.
- Santoso, S. (2018). *Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Schiffman, L.G., dan Kanuk, L.L. (2015). *Consumer Behavior*. 11th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Schivinski, B., dan Dabrowski, D. (2013). The Effect of Social Media Communication on Consumer Perceptions of Brands. *Economics Management Statistics*, Vol. 1, No. 20.
- Sekaran, U., dan Bougie, R., (2016). *Research Methods for Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Sundar, S.S., Kalyanaraman, S., dan Brown, J. (2013). Explicating Web Site Interactivity: Impression Formation Effects in Political Campaign Sites. *Communication Research*, Vol. 30, No. 1.
- Toor, A., Husnain. M., dan Hussain, T. (2017). The Impact of Social Network Marketing on Consumer Purchase Intention in Pakistan: Consumer Engagement as a Mediator. *Asian Journal of Business and Accounting*, Vol. 10, No. 1.
- Vivek, S.S., Beatty, S.E., dan Morgan, R.M. (2012). Customer Engagement: Exploring Customer relationships Beyond Purchase. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, Vol. 20, No. 2.
- Wessel, M., dan Thies, F. (2015). The Effects of Personalization on Purchase Intentions For *Online News*: An Experimental Study Of Different Personalization Increments. *Twenty-Third European Conference on Information Systems (ECIS)*, pp. 1-16
- Yong. L.C., dan Lian, S.B. (2018). Customer Engagement in Social Media and Purchase Intentions in the Hotel Industry. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol. 9, No. 1.
- Zebua, A. (2020). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi, diakses dari <https://www.kompasiana.com>, pada tanggal 1 April 2020. /arozisokhi_azjava/5517b539a333115107b65fc3/dampak-perkembangan-teknologi-informasi, pada tanggal 1 April 2020.

LAMPIRAN I: KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

DETERMINAN ONLINE BRAND ENGAGEMENT DAN PENGARUHNYA PADA KEPERCAYAAN MEREK DAN NIAT BELI

Kepada Yth: Responden

Di tempat

Dengan hormat,

perkenalkan saya dengan identitas sebagai berikut:

Nama : Ivan Rinaldo
NPM : 15 03 22036
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Fakultas : Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Adalah mahasiswa yang sedang melakukan penelitian dan membutuhkan data yang sekiranya bapak/ibu/sdr/i dapat membantunya. Atas kesediaan bapak/ibu/sdr/i dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian saya ucapkan banyak terimakasih.

Hormat saya:

Ivan Rinaldo

BAGIAN I: KUESIONER FILTER

Berikut ini adalah kuesioner filter yang digunakan untuk menentukan responden yang tepat untuk penelitian ini. Anda dipersilahkan untuk menjawab dengan memberi tanda silang (X) atau cek list (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan karakteristik Anda saat ini.

1. Apakah Anda pernah mengunjungi *website* bisnis *online* Lucky Cat Supply:
 - a. Ya, saya pernah mengunjungi
 - b. Belum, saya belum pernah mengunjungi (***terima kasih, Anda tidak perlu melanjutkan menjawab pertanyaan berikutnya**)
2. Seingat Anda, sudah berapa kali anda mengunjungi Instragram Lucky Cat Supply dalam 6 bulan terakhir:
 - a. Kurang dari 3 kali (***terima kasih, Anda tidak perlu melanjutkan menjawab pertanyaan berikutnya**)
 - b. 3 sampai 6 kali
 - c. 7 sampai 10 kali
 - d. Lebih dari 10 kali

BAGIAN II: KUESIONER KARAKTERISTIK RESPONDEN

Berikut ini adalah kuesioner mengenai karakteristik demografi responden. Anda dipersilahkan untuk menjawab dengan memberi tanda silang (X) atau cek list (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan karakteristik Anda saat ini.

1. Jenis kelamin:
 - c. Laki-laki
 - d. Perempuan
2. Usia Anda saat ini:
 - a. 17 sampai 19 tahun
 - b. 20 sampai 34 tahun
 - c. 35 sampai 49 tahun
 - d. Lebih dari 49 tahun
3. Rata-rata pendapatan Anda dalam 1 bulan:
 - a. \leq Rp 2.000.000
 - b. Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000
 - c. Rp. 5.000.001 – Rp 10.000.000
 - d. $>$ Rp 10.000.000

BAGIAN III: KUESIONER PENELITIAN

Berikut ini adalah kuesioner penelitian. Anda dipersilahkan untuk menjawab dengan memberi tanda silang (X) atau cek list (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

SS = Sangat Setuju; S = Setuju; N = Netral; TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju.

SALES CAMPAIGNS

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya mempelajari penjualan produk dan penawaran khusus di halaman Instagram Lucky Cat Supply.					
2	Menurut saya cara mudah untuk mempelajari tentang penjualan dan penawaran spesial yaitu dengan melihat konten merek yang diposting di halaman Instagram Lucky Cat Supply.					
3	Saya senang menemukan penawaran bagus (menguntungkan) dari produk yang saya sukai di halaman Instagram Lucky Cat Supply					

PERSONALIZATION

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Konten merek yang dipersonalisasi (seperti ucapan: “Orang hebat selalu menggunakan merek X”) pada halaman Instagram Lucky Cat Supply adalah ide yang bagus.					
2	Saya suka melihat konten merek yang dipersonalisasi (seperti ucapan: “Orang hebat selalu menggunakan merek X”) ditawarkan di halaman Instagram Lucky Cat Supply.					
3	Saya merasa bahwa konten merek yang dipersonalisasi (seperti ucapan: “Laki-laki sejati selalu menggunakan merek X”) disesuaikan menurut minat saya.					
4	Saya menggunakan konten merek yang dipersonalisasi (seperti ucapan: “Orang pintar selalu menggunakan merek X”) sebagai referensi untuk membeli merek pilihan saya					

INTERACTIVITY

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Halaman Instagram Lucky Cat Supply memfasilitasi komunikasi dua arah antara saya dengan perusahaan/ merek.					
2	Halaman Instagram Lucky Cat Supply membuat saya merasa ingin mendengarkan komentar setiap pengunjunnya.					
3	Halaman Instagram Lucky Cat Supply mendorong pengunjung untuk berkomentar.					
4	Halaman Instagram Lucky Cat Supply memberi kesempatan kepada pengunjung untuk memberi komentar.					

USER GENERATED CONTENT

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya menemukan komentar pada konten yang ditulis pengguna di halaman Instagram Lucky Cat Supply. Hal ini berguna bagi saya.					
2	Konten yang dibuat pengguna di halaman Instagram Lucky Cat Supply membuat pengalaman belanja saya menjadi lebih mudah.					
3	Konten yang dibuat pengguna di halaman Instagram Lucky Cat Supply memudahkan saya untuk mencari dan menemukan informasi bermanfaat tentang suatu produk.					
4	Konten yang dibuat pengguna pada halaman Instagram Lucky Cat Supply membantu saya untuk dapat menentukan produk atau merek yang akan saya beli menjadi lebih cepat.					

ONLINE BRAND ENGAGEMENT

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Halaman Instagram Lucky Cat Supply merangsang minat saya untuk mempelajari atau mengetahui lebih lanjut tentang perusahaan dan produk-produk yang dijualnya.					
2	Saya tidak merasa telah membuang waktu untuk melakukan <i>browsing</i> (pencarian merek atau produk) di halaman Instagram Lucky Cat Supply karena saya menikmati kegiatan tersebut.					

3	Saya memberikan komentar di halaman Instagram Lucky Cat Supply karena hal itu (merek atau produk) menarik perhatian saya.					
---	---	--	--	--	--	--

ONLINE BRAND ENGAGEMENT

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
4	Saya membaca komentar (<i>posting</i>) di halaman Instagram Lucky Cat Supply karena komentar tersebut menarik dan berguna bagi saya.					
5	Berinteraksi (memberikan komentar) di halaman Instagram Lucky Cat Supply, memberi saya kesenangan dalam berbelanja secara <i>online</i> (di Lucky Cat Supply).					
6	Saya tertarik untuk memberikan komentar ketika saya mengunjungi halaman Instagram Lucky Cat Supply.					
7	Komentar yang ada di halaman Instagram Lucky Cat Supply sangat menghibur.					

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
8	Saya memiliki keterikatan secara emosional yang kuat dengan halaman Instagramn Lucky Cat Supply.					
9	Saya bersedia bekerjasama dalam berbagai ide di halaman Instagram Lucky Cat Supply untuk pengembangan produk / layanan / fitur baru.					
10	Saya 'suka' posting (berkomentar) pada halaman Instagram Lucky Cat Supply.					
11	Secara umum, saya merasa termotivasi untuk berpartisipasi aktif (memberikan komentar) di halaman Instagram Lucky Cat Supply.					

BRAND TRUST

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya percaya halaman Instagram Lucky Cat Supply memiliki kinerja yang baik.					
2	Saya percaya pada merek yang ada di halaman Instagram Lucky Cat Supply.					
3	Saya percaya halaman Instagram Lucky Cat Supply akan memenuhi janji yang mereka berikan pada konsumen.					

4	Saya dapat mengandalkan merek yang dijual di halaman Instagram Lucky Cat Supply.					
5	Saya percaya bahwa produk yang saya beli di halaman Instagram Lucky Cat Supply aman untuk digunakan.					
6	Saya dapat mengandalkan kemampuan produk yang dijual di halaman Instagram Lucky Cat Supply untuk menjalankan fungsinya dengan baik seperti yang diklaim.					

PURCHASE INTENTION

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan membeli produk di halaman Instagram Lucky Cat Supply dalam waktu dekat.					
2	Saya bermaksud membeli produk yang dijual di halaman Instagram Lucky Cat Supply.					
3	Saya akan membeli produk yang dijual di halaman Instagram Lucky Cat Supply pada masa yang akan datang.					

LAMPIRAN II: DATA PENELITIAN

Case Summaries

	Jenis kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi kunjungan ke Instagram Lucky Cat Supply dalam 6 bulan terakhir	SC.1	SC.2
1	Perempuan	17 sampai 19 tahun	<= Rp 2.000.000	7 sampai 10 kali	2	2
2	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
3	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
4	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	2	2
5	Perempuan	20 sampai 34 tahun	<= Rp 2.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
6	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	5	4
7	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	3
8	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
9	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	5	5
10	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	5
11	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	5	4
12	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
13	Perempuan	17 sampai 19 tahun	<= Rp 2.000.000	3 sampai 6 kali	5	4
14	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	<= Rp 2.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
15	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	3	4
16	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
17	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	5	4
18	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	5	5
19	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
20	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
21	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
22	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
23	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
24	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	4	3
25	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	3	4
26	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	3 sampai 6 kali	3	4
27	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	5
28	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	2	3
29	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
30	Perempuan	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
31	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	<= Rp 2.000.000	3 sampai 6 kali	3	5
32	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	4
33	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	5	5
34	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	5	5
35	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	<= Rp 2.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
36	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
37	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
38	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
39	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	3
40	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
41	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
42	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
43	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	<= Rp 2.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
44	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	<= Rp 2.000.000	3 sampai 6 kali	5	4
45	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	3	4
46	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	3
47	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
48	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
49	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
50	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4

Case Summaries

	Jenis kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi kunjungan ke Instagram Lucky Cat Supply dalam 6 bulan terakhir	SC 1	SC 2
51	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	3
52	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	5	5
53	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	4
54	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	4	5
55	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	3	2
56	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
57	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	3	4
58	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	3	3
59	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	4
60	Perempuan	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	4
61	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	3
62	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
63	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	2	2
64	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	3
65	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
66	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
67	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	<= Rp 2.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
68	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	3
69	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	3
70	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
71	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	3	4
72	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
73	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
74	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
75	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
76	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	3 sampai 6 kali	3	3
77	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	5	5
78	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
79	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	3
80	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	3	4
81	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
82	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
83	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
84	Perempuan	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
85	Perempuan	17 sampai 19 tahun	<= Rp 2.000.000	3 sampai 6 kali	3	3
86	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	2	2
87	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
88	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	3	4
89	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	<= Rp 2.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
90	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	4
91	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	2	2
92	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
93	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
94	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	3
95	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	3
96	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
97	Perempuan	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
98	Perempuan	17 sampai 19 tahun	<= Rp 2.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
99	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	3
100	Perempuan	35 sampai 49 tahun	> Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4

Case Summaries

	Jenis kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi kunjungan ke Instagram Lucky Cat Supply dalam 6 bulan terakhir	SC 1	SC 2
101	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
102	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
103	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	5	4
104	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
105	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	5
106	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	3 sampai 6 kali	3	4
107	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
108	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	5	5
109	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	3	3
110	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	3	4
111	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	5
112	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	> Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
113	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	3
114	Perempuan	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
115	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	4
116	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	5
117	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	3
118	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	3
119	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	5	5
120	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
121	Perempuan	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	5
122	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	<= Rp 2.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
123	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	3
124	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
125	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
126	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	3
127	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	5	3
128	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
129	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
130	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
131	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	5
132	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	3 sampai 6 kali	2	2
133	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	5	4
134	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
135	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	4
136	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
137	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	4
138	Perempuan	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	3
139	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	3
140	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	5	5
141	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
142	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
143	Perempuan	20 sampai 34 tahun	<= Rp 2.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
144	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
145	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	5
146	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
147	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
148	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	2
149	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	5	3
150	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	3 sampai 6 kali	5	5

Case Summaries

	Jenis kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi kunjungan ke Instagram Lucky Cat Supply dalam 6 bulan terakhir	SC 1	SC 2
151	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
152	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	5	5
153	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	5
154	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	5	3
155	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
156	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
157	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	3	4
158	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	5
159	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	5	3
160	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
161	Perempuan	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	2
162	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	3	4
163	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	3	4
164	Perempuan	35 sampai 49 tahun	> Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
165	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
166	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	> Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	4	3
167	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	3
168	Perempuan	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
169	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
170	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
171	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
172	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
173	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
174	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	3	5
175	Perempuan	17 sampai 19 tahun	<= Rp 2.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
176	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
177	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
178	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
179	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	> Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
180	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	5	5
181	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
182	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	2	2
183	Perempuan	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	2	2
184	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	3	4
185	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	5	4
186	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	4	5
187	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
188	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
189	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
190	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	5	4
191	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
192	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	5	4
193	Perempuan	17 sampai 19 tahun	<= Rp 2.000.000	3 sampai 6 kali	5	4
194	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	5	4
195	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	5	5
196	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	5	5
197	Perempuan	20 sampai 34 tahun	<= Rp 2.000.000	3 sampai 6 kali	4	5
198	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	5	5
199	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
200	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	3

Case Summaries

	Jenis kelamin	Usia	Pendapatan	Frekuensi kunjungan ke Instagram Lucky Cat Supply dalam 6 bulan terakhir	SC 1	SC 2
201	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	5	5
202	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	5	5
203	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
204	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 – Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
205	Perempuan	20 sampai 34 tahun	<= Rp 2.000.000	3 sampai 6 kali	4	3
206	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
207	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	5	5
208	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	3
209	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	> Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	3
210	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	5	5
211	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
212	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
213	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
214	Perempuan	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	3	3
215	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
216	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	3	3
217	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
218	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
219	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	> Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	3	3
220	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	> Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	3	2
221	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	5	4
222	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
223	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	2	2
224	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
225	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	4
226	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
227	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
228	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	3 sampai 6 kali	5	5
229	Perempuan	17 sampai 19 tahun	<= Rp 2.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
230	Perempuan	20 sampai 34 tahun	<= Rp 2.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
231	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	3
232	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
233	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
234	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	5	5
235	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	5	5
236	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	3 sampai 6 kali	3	4
237	Laki-laki	17 sampai 19 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	4
238	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4
239	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	5
240	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	3	4
241	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	3
242	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	> Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
243	Laki-laki	35 sampai 49 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	3 sampai 6 kali	3	3
244	Laki-laki	Lebih dari 49 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
245	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	3
246	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	4	4
247	Laki-laki	20 sampai 34 tahun	<= Rp 2.000.000	3 sampai 6 kali	4	4
248	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	7 sampai 10 kali	3	3
249	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	Lebih dari 10 kali	4	3
250	Perempuan	20 sampai 34 tahun	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	Lebih dari 10 kali	4	4

Case Summaries

	SC.3	PER.1	PER.2	PER.3	PER.4	INT.1	INT.2	INT.3	INT.4	UGC.1	UGC.2
1	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	4
2	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3
3	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4
4	2	2	2	2	4	4	3	3	3	2	2
5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
6	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
7	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4
8	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3
9	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4
10	3	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3
11	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3
12	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
13	5	5	3	4	4	5	4	4	4	3	3
14	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3
15	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3
16	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3
17	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
18	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5
21	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
22	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
23	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
24	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	3
25	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
26	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
27	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3
28	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4
29	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5
30	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3
31	5	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3
32	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
33	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
34	4	2	2	2	2	4	3	4	4	4	4
35	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	5
36	4	3	3	4	3	3	3	5	5	3	3
37	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4
38	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
39	3	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2
40	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
42	5	4	5	3	5	4	4	4	4	3	4
43	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4
44	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4
45	3	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3
46	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
47	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4
48	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	3
49	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3
50	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5

Case Summaries

	SC.3	PER.1	PER.2	PER.3	PER.4	INT.1	INT.2	INT.3	INT.4	UGC.1	UGC.2
51	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
52	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
53	3	3	5	4	5	4	4	4	4	3	3
54	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
56	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4
57	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
58	2	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4
59	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	5
60	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4
61	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4
62	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4
63	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3
64	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3
65	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4
66	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
67	4	2	3	3	3	2	3	3	3	4	4
68	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3
69	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2
70	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3
71	3	5	3	5	3	3	4	4	4	3	3
72	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
73	3	4	3	4	2	2	2	2	2	3	3
74	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4
75	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
76	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
77	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
78	4	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4
79	5	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4
80	3	3	4	3	3	5	4	4	4	4	4
81	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4
82	4	5	3	5	3	5	5	5	5	4	5
83	3	3	4	3	3	5	4	4	4	4	3
84	4	4	4	4	4	2	3	2	2	4	4
85	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4
86	2	2	2	2	2	3	4	4	4	3	3
87	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4
88	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2
89	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
90	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2
92	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
93	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4
94	3	3	2	2	2	4	4	5	3	3	3
95	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4
96	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4
97	4	3	3	4	3	5	5	5	4	4	4
98	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3
99	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
100	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4

Case Summaries

	SC.3	PER.1	PER.2	PER.3	PER.4	INT.1	INT.2	INT.3	INT.4	UGC.1	UGC.2
101	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3
102	4	3	3	5	3	4	4	4	3	4	4
103	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4
104	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
105	3	4	3	4	3	5	5	5	4	4	4
106	3	5	3	5	3	4	4	4	4	4	4
107	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3
108	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4
109	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4
110	3	2	3	3	3	4	3	3	5	4	3
111	4	3	4	3	3	5	5	5	5	4	4
112	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	5
113	5	3	4	3	4	4	4	5	3	4	4
114	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4
115	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
116	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	3
117	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
118	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
119	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
120	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4
121	4	3	3	2	3	5	4	4	4	4	3
122	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
123	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3
124	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5
127	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
128	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
129	4	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4
130	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
131	4	4	4	2	4	5	5	5	5	3	3
132	2	2	3	3	3	4	5	4	3	3	3
133	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
134	4	4	4	3	4	2	3	2	4	4	3
135	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2
136	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4
137	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4
138	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
139	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3
140	5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4
141	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
142	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4
143	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
144	5	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4
145	3	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4
146	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
147	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
148	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
149	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
150	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5

Case Summaries

	SC.3	PER.1	PER.2	PER.3	PER.4	INT.1	INT.2	INT.3	INT.4	UGC.1	UGC.2
151	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
152	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
153	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4
154	4	3	3	3	3	4	5	4	3	3	4
155	3	5	5	5	5	4	3	3	5	4	4
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
157	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3
158	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
159	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	4
160	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
161	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2
162	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
163	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3	2
164	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
165	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
166	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
167	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5
168	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4
169	4	5	5	5	5	3	4	4	4	3	5
170	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
171	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4
172	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5
173	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4
174	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
175	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
176	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
177	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
178	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	5
179	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
180	5	5	4	4	3	5	4	4	5	5	5
181	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
182	1	4	4	4	4	2	3	3	2	2	3
183	2	4	3	4	3	2	2	2	2	4	4
184	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
185	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
186	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
187	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
188	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4
189	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4
190	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
191	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
192	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
193	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
194	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4
195	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4
196	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
197	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5
198	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4
199	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
200	3	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4

Case Summaries

	SC.3	PER.1	PER.2	PER.3	PER.4	INT.1	INT.2	INT.3	INT.4	UGC.1	UGC.2
201	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
202	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
203	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
204	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
205	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5
206	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
207	4	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5
208	3	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4
209	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
210	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
211	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
212	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
213	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
214	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3
215	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3
216	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
217	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3
218	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
219	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5
220	2	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3
221	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4
222	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4
223	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3
224	4	5	3	5	3	4	3	3	4	4	2
225	3	3	4	4	4	3	3	3	4	2	3
226	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4
227	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4
228	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
229	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
230	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
231	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4
232	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
233	4	3	5	4	5	3	3	3	3	4	4
234	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
235	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
236	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
237	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
238	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
239	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3
240	3	2	4	3	4	2	3	3	2	3	4
241	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3
242	3	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3
243	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3
244	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3
245	3	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3
246	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4
247	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4
248	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
249	3	2	3	2	2	4	3	3	3	3	3
250	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3

Case Summaries

	UGC.3	UGC.4	OBE.1	OBE.2	OBE.3	OBE.4	OBE.5	OBE.6	OBE.7	OBE.8	OBE.9
1	4	3	3	2	2	2	2	3	4	3	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3
4	2	2	2	3	3	2	2	4	2	3	2
5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4
6	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
7	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4
9	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5
11	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
12	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3
13	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
14	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	3
15	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	4
16	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
17	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5
18	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
22	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
23	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4
24	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3
25	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3
26	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4
27	3	3	4	4	5	4	3	4	4	5	4
28	4	3	4	4	3	4	3	2	3	3	3
29	3	5	4	2	4	4	4	4	4	3	3
30	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4
31	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4
32	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
33	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3
35	3	3	4	4	2	4	4	3	3	2	4
36	4	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3
37	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4
38	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	2
39	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2
40	4	3	3	3	5	3	3	2	2	2	2
41	4	4	5	5	5	4	5	3	3	3	2
42	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4
43	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3
44	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
47	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	4
48	4	3	4	3	3	4	4	5	4	5	5
49	3	3	2	2	2	2	2	3	5	3	4
50	5	5	3	4	3	4	4	4	4	5	4

Case Summaries

	UGC.3	UGC.4	OBE.1	OBE.2	OBE.3	OBE.4	OBE.5	OBE.6	OBE.7	OBE.8	OBE.9
51	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4
52	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4
53	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
54	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4
55	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4
56	4	4	4	3	4	3	4	3	5	3	5
57	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
58	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
59	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4
60	3	4	3	4	3	4	4	3	3	2	3
61	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
62	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
63	3	3	3	2	4	3	4	4	3	4	3
64	2	2	3	3	2	4	4	3	3	2	4
65	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
66	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	5
67	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
69	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
70	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5
71	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	3	4	3	3	3	5	4	5	4
73	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2
74	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
75	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3
76	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4
77	5	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4
78	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
79	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4
80	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	3
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
82	5	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4
83	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3
84	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
85	4	4	3	5	3	5	3	5	4	5	4
86	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3
87	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3
88	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
89	4	4	3	3	2	3	3	5	4	5	4
90	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
92	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
93	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	2
94	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
95	4	4	3	5	3	5	3	4	5	4	5
96	4	4	3	4	3	4	4	5	5	5	5
97	4	4	3	4	3	4	4	5	4	5	5
98	3	3	5	2	4	3	4	4	3	4	3
99	4	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4
100	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4

Case Summaries

	UGC.3	UGC.4	OBE.1	OBE.2	OBE.3	OBE.4	OBE.5	OBE.6	OBE.7	OBE.8	OBE.9
101	3	3	5	4	5	3	3	4	3	4	3
102	4	4	3	2	3	2	5	4	4	4	4
103	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
104	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
105	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5
106	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	3
107	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4
108	5	5	4	3	3	4	4	5	5	5	4
109	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
111	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
112	3	5	4	3	4	3	5	3	3	4	3
113	4	4	4	3	4	4	5	3	4	3	4
114	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5
115	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3
116	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
117	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
118	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
119	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
120	4	3	4	4	4	4	5	3	3	3	3
121	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	5
122	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4
123	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
124	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4
125	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4
126	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4
127	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
128	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4
129	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4
130	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
131	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
132	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2
133	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4
134	3	3	4	5	4	5	4	3	3	4	3
135	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3
136	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
137	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
138	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
139	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3
140	3	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4
141	4	4	3	3	4	3	3	3	5	4	5
142	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4
143	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
144	4	4	4	3	4	3	5	3	4	4	4
145	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3
146	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4
147	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5
148	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4
149	4	4	3	3	3	3	3	5	5	4	4
150	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5

Case Summaries

	UGC.3	UGC.4	OBE.1	OBE.2	OBE.3	OBE.4	OBE.5	OBE.6	OBE.7	OBE.8	OBE.9
151	4	3	3	4	3	4	3	5	4	5	4
152	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5
153	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
154	4	3	3	4	3	4	3	4	5	5	3
155	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
156	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4
157	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4
158	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
159	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5
160	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4
161	1	2	3	2	1	2	2	1	2	2	1
162	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
163	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4
164	3	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4
165	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5
166	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3
167	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
168	4	4	3	3	4	3	3	4	5	4	5
169	3	5	3	4	3	4	5	4	4	5	4
170	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5
171	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
172	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4
173	4	3	3	4	4	4	3	5	5	5	4
174	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4
175	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
176	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4
177	4	2	3	4	3	4	4	5	5	5	5
178	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
179	4	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4
180	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5
181	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
182	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2
183	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3
184	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3
185	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
186	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4
187	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	2
188	4	3	4	5	4	5	4	3	3	3	3
189	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3
190	3	3	3	4	4	4	3	5	3	5	4
191	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
192	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
193	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4
194	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
195	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
196	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
197	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
198	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4
199	5	4	4	5	4	5	4	5	2	5	4
200	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4

Case Summaries

	UGC.3	UGC.4	OBE.1	OBE.2	OBE.3	OBE.4	OBE.5	OBE.6	OBE.7	OBE.8	OBE.9
201	3	4	5	5	5	4	5	3	4	4	4
202	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4
203	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
204	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
205	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
206	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
207	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
208	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
209	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
210	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	2
211	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	4
212	4	3	5	4	5	5	5	3	3	3	3
213	3	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4
214	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3
215	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2
216	4	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3
217	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
218	4	4	3	4	3	4	4	5	2	5	2
219	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
220	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2
221	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2
222	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
223	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2
224	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2
225	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	3
226	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
227	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	5
228	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4
229	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
230	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3
231	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	2
232	5	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4
233	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
234	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
235	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
236	4	4	5	5	5	5	5	3	5	3	5
237	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
238	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
239	4	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4
240	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3
241	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
242	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
243	4	3	3	2	4	3	4	4	3	4	3
244	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4
245	3	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4
246	4	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3
247	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
248	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4
249	4	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2
250	3	2	3	3	3	2	3	4	5	4	4

Case Summaries

	OBE.10	OBE.11	BT.1	BT.2	BT.3	BT.4	BT.5	BT.6	PI.1	PI.2	PI.3
1	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2
2	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4
3	5	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4
4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2
5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4
6	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
7	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4
9	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	5
10	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4
11	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
12	3	3	4	5	5	5	4	4	5	4	3
13	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
14	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
15	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	3
16	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
17	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5
21	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
22	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4	3
23	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
24	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
25	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
26	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2
27	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4
28	3	3	4	3	4	3	4	4	2	3	3
29	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3
30	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4
31	4	4	3	5	5	5	5	3	3	4	3
32	2	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2
33	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
34	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
35	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4
36	4	4	2	2	2	2	2	2	3	3	2
37	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4
38	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
39	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
40	2	4	3	3	5	3	3	4	3	4	4
41	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
42	4	2	5	4	5	4	4	3	4	5	4
43	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4
44	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
45	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2
46	4	4	3	3	3	4	4	2	3	4	4
47	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4
48	5	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4
49	4	4	3	3	2	2	2	2	3	4	3
50	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5

Case Summaries

	OBE.10	OBE.11	BT.1	BT.2	BT.3	BT.4	BT.5	BT.6	PI.1	PI.2	PI.3
51	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
54	3	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5
55	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3
56	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
58	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2
59	4	4	2	4	3	4	2	5	3	3	3
60	3	3	4	2	3	4	4	4	4	3	3
61	4	4	3	3	3	3	2	5	3	4	3
62	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2
64	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3
65	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5
66	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3
67	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3
68	3	3	2	2	2	2	2	3	4	3	2
69	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2
70	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4
71	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3
72	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
73	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
75	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
77	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
78	4	3	5	4	5	4	4	3	4	4	5
79	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
80	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
82	5	4	3	4	4	3	5	4	4	4	5
83	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4
84	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3
85	4	4	3	5	3	5	3	5	4	4	4
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
87	3	3	3	3	2	2	2	4	3	4	3
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
89	5	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3
90	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
91	3	3	2	2	1	1	1	2	2	2	2
92	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
93	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	3
94	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
95	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
96	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5
97	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
98	4	4	5	2	4	3	4	3	4	4	4
99	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4
100	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Case Summaries

	OBE.10	OBE.11	BT.1	BT.2	BT.3	BT.4	BT.5	BT.6	PI.1	PI.2	PI.3
101	4	3	5	4	5	3	3	4	3	3	4
102	4	4	3	2	3	2	5	4	3	4	4
103	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5
104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
105	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4
106	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4
107	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4
108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
109	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	2
110	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3
111	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
112	3	3	4	3	4	3	5	4	4	4	4
113	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5
114	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
115	5	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
116	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4
117	3	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4
118	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	5
119	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
120	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	4
121	4	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3
122	3	4	4	3	4	2	4	5	4	3	4
123	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3
124	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5
125	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
126	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	5
127	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4
128	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
129	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
130	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3
131	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
132	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2
133	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5
134	3	3	4	5	4	5	4	3	3	3	4
135	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
136	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4
137	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3
138	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3
139	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3
140	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5
141	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4
142	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5
143	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	4
144	3	5	4	3	4	4	5	3	4	3	5
145	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
146	5	4	3	2	3	2	5	4	4	3	4
147	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
148	4	2	3	4	3	4	3	4	3	2	3
149	5	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3
150	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5

Case Summaries

	OBE.10	OBE.11	BT.1	BT.2	BT.3	BT.4	BT.5	BT.6	PI.1	PI.2	PI.3
151	5	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4
152	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5
153	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
154	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3
155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
156	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
157	4	5	3	4	3	4	5	4	3	4	4
158	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5
159	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4
160	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4
161	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	2
162	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
163	3	4	3	3	4	3	3	4	2	3	5
164	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5
165	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
166	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
167	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
168	4	5	3	3	4	3	3	4	4	5	4
169	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
170	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4
171	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
172	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
173	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4
174	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3
175	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
176	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
177	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4
178	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5
179	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
180	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
181	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
182	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2
183	4	3	2	2	2	2	2	2	4	3	3
184	3	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3
185	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5
186	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
187	3	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4
188	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	3
189	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
190	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4
191	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4
192	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5
193	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
194	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
195	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5
196	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5
197	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
198	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4
199	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5
200	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4

Case Summaries

	OBE.10	OBE.11	BT.1	BT.2	BT.3	BT.4	BT.5	BT.6	PI.1	PI.2	PI.3
201	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
202	4	2	5	5	5	5	5	4	4	4	5
203	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5
204	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
205	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
206	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
207	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
208	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4
209	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4
210	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
211	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2
212	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3
213	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
214	2	3	3	4	4	4	5	3	3	3	3
215	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4
216	4	4	4	3	4	2	3	4	3	3	3
217	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
218	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
219	4	4	5	3	5	4	3	4	4	4	4
220	3	3	2	3	3	2	3	4	2	3	3
221	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4
222	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2
223	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2
224	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3
225	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3
226	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4
227	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4
228	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5	5
229	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
230	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5
231	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
232	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5
233	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3
234	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
235	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
236	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
237	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3
238	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
239	4	4	2	4	3	4	2	5	3	3	3
240	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3
241	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
242	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
243	4	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3
244	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3
245	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5
246	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
247	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4
248	4	4	3	3	5	3	3	4	3	3	3
249	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2
250	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	2

LAMPIRAN III: UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Validitas dan Reliabilitas: Sales Campaigns

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SC.1	7.77	2.668	.805	.869
SC.2	7.93	2.754	.881	.800
SC.3	7.77	3.151	.749	.911

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.73	6.133	2.477	3

Validitas dan Reliabilitas: Personalization

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PER.1	11.57	5.013	.771	.831
PER.2	11.70	4.562	.841	.801
PER.3	11.73	5.513	.719	.853
PER.4	11.60	5.697	.632	.883

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.53	8.878	2.980	4

Validitas dan Reliabilitas: Interactivity

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
INT.1	11.50	4.948	.725	.811
INT.2	11.67	5.126	.686	.827
INT.3	11.87	3.913	.799	.776
INT.4	11.77	4.806	.627	.850

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.60	7.972	2.824	4

Validitas dan Reliabilitas: User Generated Content

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
UGC.1	11.10	4.783	.690	.836
UGC.2	11.53	4.602	.709	.828
UGC.3	11.07	4.961	.777	.808
UGC.4	11.40	4.386	.699	.836

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.03	7.964	2.822	4

Validitas dan Reliabilitas: Online Brand Engagement

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.945	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
OBE.1	38.67	44.368	.676	.943
OBE.2	38.93	42.064	.718	.942
OBE.3	38.63	42.171	.786	.939
OBE.4	38.83	40.695	.836	.937
OBE.5	38.80	42.510	.754	.940
OBE.6	38.83	42.420	.750	.940
OBE.7	38.60	42.593	.765	.940
OBE.8	38.73	41.995	.792	.938
OBE.9	38.60	44.110	.702	.942
OBE.10	38.60	42.524	.826	.938
OBE.11	38.77	41.426	.750	.940

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
42.60	51.076	7.147	11



Validitas dan Reliabilitas: Brand Trust

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BT.1	19.63	13.964	.884	.900
BT.2	19.67	13.540	.801	.911
BT.3	19.77	14.185	.770	.914
BT.4	19.57	15.564	.742	.920
BT.5	19.60	13.628	.781	.914
BT.6	19.60	14.179	.768	.915

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23.57	20.116	4.485	6

Validitas dan Reliabilitas: Purchase Intention

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PI.1	8.03	2.171	.709	.826
PI.2	7.93	2.547	.745	.812
PI.3	7.97	1.826	.785	.760

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.97	4.585	2.141	3

LAMPIRAN IV: ANALISIS DESKRIPTIF PROFIL RESPONDEN

Frequencies

Frequency Table

Jenis kelamin :

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	172	68.8	68.8	68.8
	Perempuan	78	31.2	31.2	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 sampai 19 tahun	42	16.8	16.8	16.8
	20 sampai 34 tahun	145	58.0	58.0	74.8
	35 sampai 49 tahun	45	18.0	18.0	92.8
	Lebih dari 49 tahun	18	7.2	7.2	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<= Rp 2.000.000	21	8.4	8.4	8.4
	Rp 2.000.001 – Rp 5.000.000	151	60.4	60.4	68.8
	Rp 5.000.001 - Rp 10.000.000	69	27.6	27.6	96.4
	> Rp 10.000.000	9	3.6	3.6	100.0
	Total	250	100.0	100.0	

Frekuensi kunjungan ke Instagram Lucky Cat Supply dalam 6 bulan terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 sampai 6 kali	85	34.0	34.0	34.0
	7 sampai 10 kali	106	42.4	42.4	76.4
	Lebih dari 10 kali	59	23.6	23.6	100.0
	Total	250	100.0	100.0	



LAMPIRAN V: ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL PENELITIAN

Descriptives: Sales Campaigns

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SC.1	250	2.00	5.00	3.8480	.79714
SC.2	250	2.00	5.00	3.8560	.80365
SC.3	250	1.00	5.00	3.7760	.78504
Sales Campaigns	250	1.67	5.00	3.8267	.69946
Valid N (listwise)	250				

Descriptives: Personalization

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PER.1	250	2.00	5.00	3.7560	.81678
PER.2	250	2.00	5.00	3.8040	.74821
PER.3	250	1.00	5.00	3.7200	.78745
PER.4	250	1.00	5.00	3.7640	.78407
Personalization	250	1.50	5.00	3.7610	.66475
Valid N (listwise)	250				

Descriptives: Interactivity

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
INT.1	250	2.00	5.00	3.9360	.83828
INT.2	250	2.00	5.00	3.8200	.77330
INT.3	250	2.00	5.00	3.7440	.78545
INT.4	250	2.00	5.00	3.8120	.79194
Interactivity	250	2.00	5.00	3.8280	.67916
Valid N (listwise)	250				

Descriptives: User Generated Content

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
UGC.1	250	2.00	5.00	3.6720	.71446
UGC.2	250	2.00	5.00	3.7600	.71022
UGC.3	250	1.00	5.00	3.8280	.68138
UGC.4	250	2.00	5.00	3.7280	.75385
User Generated Content	250	1.75	5.00	3.7470	.60473
Valid N (listwise)	250				

Descriptives: Online Brand Engagement

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
OBE.1	250	2.00	5.00	3.7600	.80060
OBE.2	250	1.00	5.00	3.7920	.85772
OBE.3	250	1.00	5.00	3.7760	.82007
OBE.4	250	2.00	5.00	3.8200	.81871
OBE.5	250	2.00	5.00	3.8400	.81551
OBE.6	250	1.00	5.00	3.7520	.80317
OBE.7	250	1.00	5.00	3.8200	.85705
OBE.8	250	2.00	5.00	3.7800	.78873
OBE.9	250	1.00	5.00	3.7200	.83690
OBE.10	250	2.00	5.00	3.7880	.81592
OBE.11	250	2.00	5.00	3.8200	.80884
Online Brand Engagement	250	1.82	5.00	3.7880	.58342
Valid N (listwise)	250				

Descriptives: Brand Trust

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BT.1	250	2.00	5.00	3.7600	.82530
BT.2	250	1.00	5.00	3.7760	.87228
BT.3	250	1.00	5.00	3.7960	.81304
BT.4	250	1.00	5.00	3.8160	.86321
BT.5	250	1.00	5.00	3.8280	.88632
BT.6	250	1.00	5.00	3.7320	.71990
Brand Trust	250	1.50	5.00	3.7847	.67973
Valid N (listwise)	250				

Descriptives: Purchase Intention

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PI.1	250	2.00	5.00	3.7680	.77756
PI.2	250	2.00	5.00	3.8720	.74958
PI.3	250	2.00	5.00	3.8640	.93003
Purchase Intention	250	2.00	5.00	3.8347	.72456
Valid N (listwise)	250				

LAMPIRANVII: ANALISIS STRUCTURAL EQUATION MODELLING

Outer Loadings

	BT	INT	OBE	PER	PI	SC	UGC
BT.1	0.852						
BT.2	0.838						
BT.3	0.824						
BT.4	0.865						
BT.5	0.820						
BT.6	0.695						
INT.1		0.861					
INT.2		0.895					
INT.3		0.844					
INT.4		0.807					
OBE.1			0.699				
OBE.10			0.699				
OBE.11			0.668				
OBE.2			0.705				
OBE.3			0.726				
OBE.4			0.770				
OBE.5			0.707				
OBE.6			0.654				
OBE.7			0.713				
OBE.8			0.724				
OBE.9			0.741				
PER.1				0.852			
PER.2				0.829			
PER.3				0.843			
PER.4				0.865			
PI.1					0.875		
PI.2					0.895		
PI.3					0.883		
SC.1						0.917	
SC.2						0.839	
SC.3						0.883	
UGC.1							0.869
UGC.2							0.829
UGC.3							0.845
UGC.4							0.840

Cross Loadings

	BT	INT	OBE	PER	PI	SC	UGC
BT.1	0.852	0.534	0.688	0.537	0.699	0.590	0.607
BT.2	0.838	0.528	0.668	0.504	0.654	0.542	0.560
BT.3	0.824	0.511	0.614	0.524	0.624	0.531	0.542
BT.4	0.865	0.508	0.692	0.501	0.670	0.548	0.552
BT.5	0.820	0.541	0.626	0.455	0.666	0.539	0.585
BT.6	0.695	0.455	0.572	0.476	0.566	0.450	0.535
INT.1	0.560	0.861	0.522	0.433	0.618	0.478	0.442
INT.2	0.576	0.895	0.580	0.449	0.591	0.482	0.463
INT.3	0.478	0.844	0.486	0.383	0.528	0.434	0.440
INT.4	0.519	0.807	0.552	0.449	0.579	0.403	0.489
OBE.1	0.672	0.434	0.699	0.487	0.599	0.538	0.513
OBE.10	0.445	0.439	0.699	0.306	0.537	0.452	0.459
OBE.11	0.468	0.399	0.668	0.384	0.558	0.498	0.473
OBE.2	0.665	0.424	0.705	0.486	0.589	0.467	0.531
OBE.3	0.619	0.450	0.726	0.477	0.598	0.502	0.515
OBE.4	0.716	0.451	0.770	0.517	0.645	0.475	0.546
OBE.5	0.655	0.496	0.707	0.474	0.627	0.479	0.570
OBE.6	0.373	0.406	0.654	0.296	0.476	0.379	0.422
OBE.7	0.458	0.493	0.713	0.421	0.566	0.468	0.452
OBE.8	0.482	0.484	0.724	0.390	0.570	0.458	0.472
OBE.9	0.484	0.447	0.741	0.372	0.571	0.475	0.457
PER.1	0.538	0.469	0.545	0.852	0.597	0.458	0.474
PER.2	0.499	0.392	0.475	0.829	0.549	0.419	0.397
PER.3	0.487	0.402	0.476	0.843	0.568	0.364	0.474
PER.4	0.542	0.441	0.530	0.865	0.580	0.414	0.425
PI.1	0.686	0.592	0.743	0.563	0.875	0.584	0.654
PI.2	0.701	0.580	0.702	0.630	0.895	0.647	0.619
PI.3	0.715	0.633	0.719	0.605	0.883	0.668	0.641
SC.1	0.591	0.504	0.615	0.480	0.674	0.917	0.545
SC.2	0.587	0.457	0.590	0.386	0.584	0.839	0.466
SC.3	0.545	0.429	0.553	0.425	0.629	0.883	0.490
UGC.1	0.587	0.456	0.595	0.426	0.597	0.483	0.869
UGC.2	0.569	0.425	0.575	0.420	0.597	0.464	0.829
UGC.3	0.561	0.474	0.585	0.411	0.599	0.486	0.845
UGC.4	0.615	0.467	0.605	0.508	0.648	0.493	0.840

Construct Reliability and Validity

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
BT	0.900	0.903	0.923	0.669
INT	0.874	0.877	0.914	0.726
OBE	0.902	0.905	0.918	0.505
PER	0.869	0.873	0.911	0.718
PI	0.861	0.861	0.915	0.782
SC	0.854	0.856	0.912	0.775
UGC	0.867	0.868	0.910	0.716

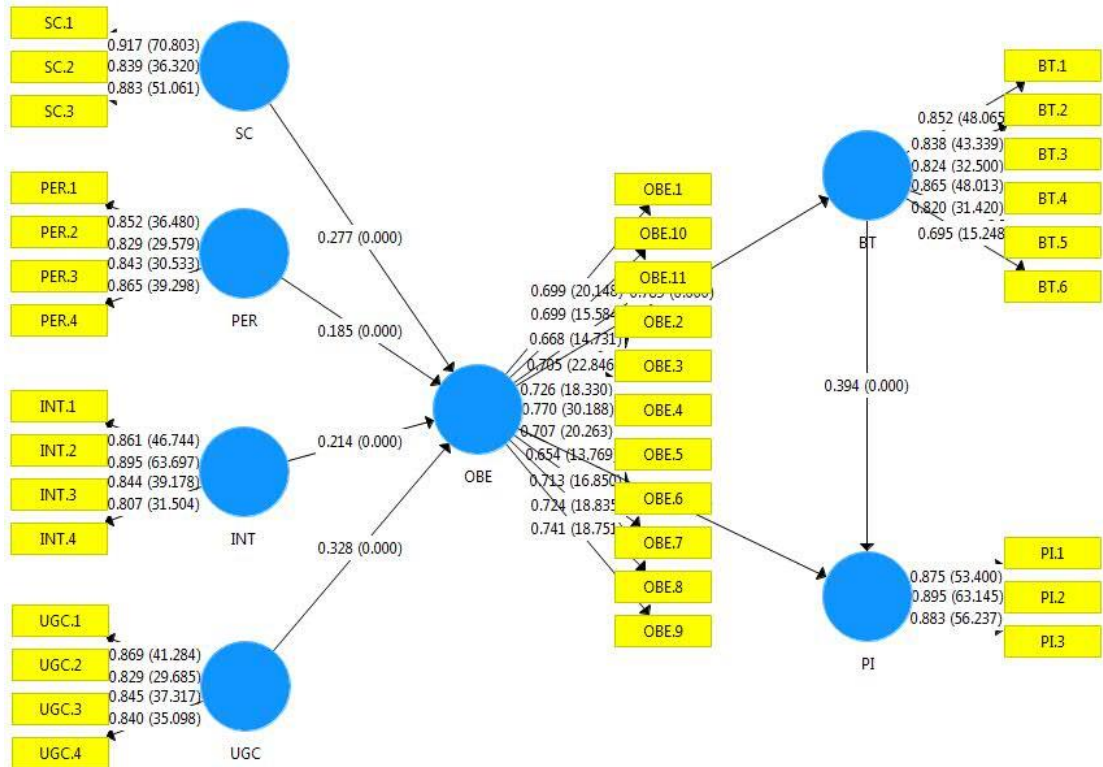
R Square

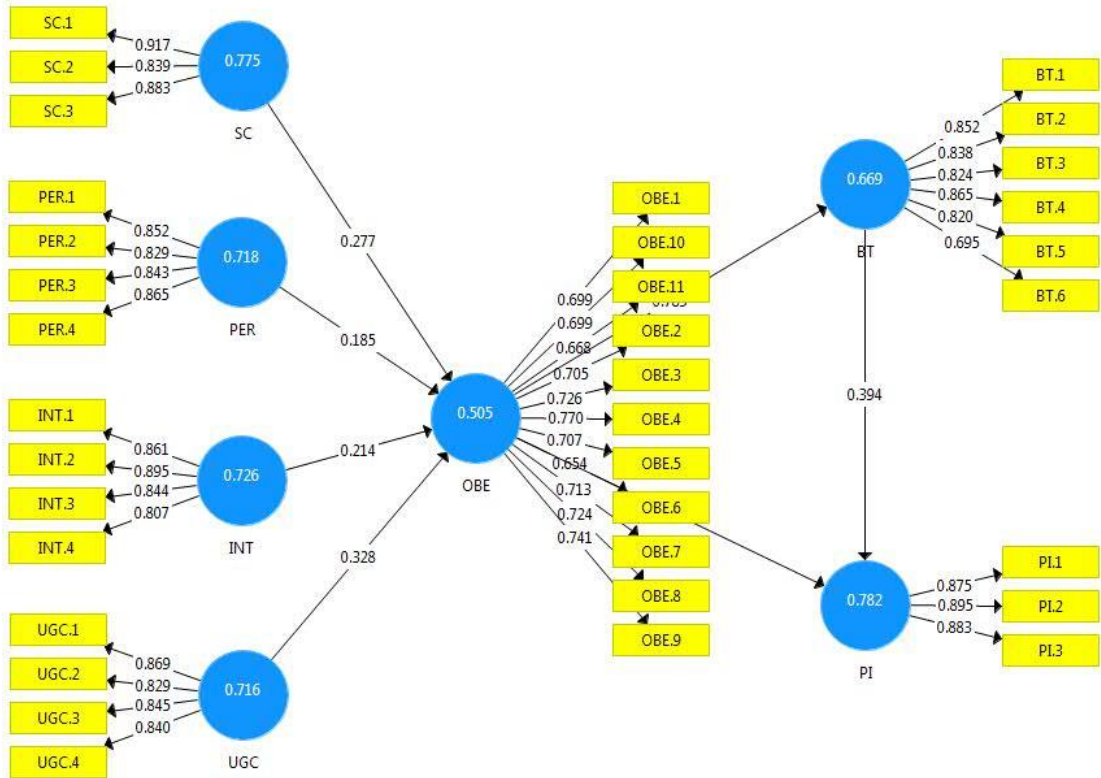
	R Square	R Square Adjusted
BT	0.622	0.620
OBE	0.659	0.654
PI	0.724	0.722

Path Coefficients

Mean, STDEV, T-Values, P-Values

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
BT -> PI	0.394	0.396	0.053	7.419	0.000
INT -> OBE	0.214	0.214	0.045	4.762	0.000
OBE -> BT	0.789	0.792	0.022	35.690	0.000
OBE -> PI	0.505	0.503	0.050	10.031	0.000
PER -> OBE	0.185	0.191	0.049	3.794	0.000
SC -> OBE	0.277	0.276	0.051	5.414	0.000
UGC -> OBE	0.328	0.326	0.046	7.208	0.000





LAMPIRAN VII: TABEL DISTRIBUSI R 5%

TABEL DISTRIBUSI R

Df	5%	DF	5%	DF	5%	DF	5%
1	0.997	51	0.271	101	0.194	151	0.159
2	0.950	52	0.268	102	0.193	152	0.158
3	0.878	53	0.266	103	0.192	153	0.158
4	0.811	54	0.263	104	0.191	154	0.157
5	0.754	55	0.261	105	0.190	155	0.157
6	0.707	56	0.259	106	0.189	156	0.156
7	0.666	57	0.256	107	0.188	157	0.156
8	0.632	58	0.254	108	0.187	158	0.155
9	0.602	59	0.252	109	0.187	159	0.155
10	0.576	60	0.250	110	0.186	160	0.154
11	0.553	61	0.248	111	0.185	161	0.154
12	0.532	62	0.246	112	0.184	162	0.153
13	0.514	63	0.244	113	0.183	163	0.153
14	0.497	64	0.242	114	0.182	164	0.152
15	0.482	65	0.240	115	0.182	165	0.152
16	0.468	66	0.239	116	0.181	166	0.151
17	0.456	67	0.237	117	0.180	167	0.151
18	0.444	68	0.235	118	0.179	168	0.151
19	0.433	69	0.234	119	0.179	169	0.150
20	0.423	70	0.232	120	0.178	170	0.150
21	0.413	71	0.230	121	0.177	171	0.149
22	0.404	72	0.229	122	0.176	172	0.149
23	0.396	73	0.227	123	0.176	173	0.148
24	0.388	74	0.226	124	0.175	174	0.148
25	0.381	75	0.224	125	0.174	175	0.148
26	0.374	76	0.223	126	0.174	176	0.147
27	0.367	77	0.221	127	0.173	177	0.147
28	0.361	78	0.220	128	0.172	178	0.146
29	0.355	79	0.219	129	0.172	179	0.146
30	0.349	80	0.217	130	0.171	180	0.146
31	0.344	81	0.216	131	0.170	181	0.145
32	0.339	82	0.215	132	0.170	182	0.145
33	0.334	83	0.213	133	0.169	183	0.144
34	0.329	84	0.212	134	0.168	184	0.144
35	0.325	85	0.211	135	0.168	185	0.144
36	0.320	86	0.210	136	0.167	186	0.143
37	0.316	87	0.208	137	0.167	187	0.143
38	0.312	88	0.207	138	0.166	188	0.142
39	0.308	89	0.206	139	0.165	189	0.142
40	0.304	90	0.205	140	0.165	190	0.142
41	0.301	91	0.204	141	0.164	191	0.141
42	0.297	92	0.203	142	0.164	192	0.141
43	0.294	93	0.202	143	0.163	193	0.141
44	0.291	94	0.201	144	0.163	194	0.140
45	0.288	95	0.200	145	0.162	195	0.140
46	0.285	96	0.199	146	0.161	196	0.139
47	0.282	97	0.198	147	0.161	197	0.139
48	0.279	98	0.197	148	0.160	198	0.139
49	0.276	99	0.196	149	0.160	199	0.138
50	0.273	100	0.195	150	0.159	200	0.138