

## BAB V

### PENUTUP

Bab ini akan membahas kesimpulan dari penelitian, implikasi manajerial, keterbatasan dalam penelitian, dan saran penelitian kedepannya.

#### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini meneliti niat beli ulang online konsumen yang dipengaruhi oleh EWOM dalam bentuk ulasan Tokopedia. Menggunakan mediasi persepsi kegunaan dan kepercayaan dalam mempengaruhi niat beli ulang online konsumen. Dengan karakteristik EWOM yang digunakan yaitu kuantitas, kredibilitas, dan kualitas.

Hasil tabel statistik deskriptif menunjukkan respon tiap variabel dari responden dengan hasil rata rata tinggi dan sangat tinggi. Dengan hasil statistik deskriptif dapat diartikan bahwa responden secara keseluruhan setuju terhadap pengaruh EWOM dalam mempengaruhi niat beli ulang online konsumen Tokopedia.

Pengujian *outer model* dalam penelitian ini menunjukkan bahwa struktur awal penelitian valid dan reliabel. Dengan hasil yang memenuhi kriteria sehingga model dapat dilanjutkan ke pengujian *inner model*. Pengujian *inner model* menunjukkan *R-square* dengan nilai moderate dan lemah sehingga model dianggap cukup, dan nilai *model fit* menunjukkan bahwa model memiliki signifikansi yang cukup dalam penelitian.

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan melakukan *bootstrapping* dihasilkan nilai pada *path coefficient* disimpulkan bahwa ketiga karakteristik EWOM yaitu kuantitas, kredibilitas, dan kualitas mempengaruhi secara positif tetapi tidak signifikan niat beli ulang online konsumen Tokopedia. Dari hasil mediasi pada *special indirect effect* disimpulkan bahwa dengan mediasi persepsi kegunaan dan kepercayaan, karakteristik EWOM yang mempengaruhi secara signifikan adalah kuantitas EWOM dan kualitas EWOM. Sedangkan kredibilitas EWOM tidak mempengaruhi secara signifikan niat beli ulang online konsumen Tokopedia. Penelitian ini membuktikan bahwa karakteristik EWOM tidak dapat mempengaruhi secara langsung niat beli ulang online tetapi dibutuhkan mediasi, dan dalam penelitian ini kedua mediasi yaitu persepsi kegunaan dan kepercayaan secara signifikan mempengaruhi niat beli ulang online.

## 5.2 Implikasi Manajerial

Transaksi secara online memiliki karakteristik yang berbeda, pembelian barang secara online mendorong konsumen untuk menentukan keputusan pembelian dengan melihat foto produk dan deskripsi dari produk. Transaksi online memiliki resiko seperti penipuan, barang tidak sesuai, barang rusak dalam pengiriman, dan pengalaman tidak menyenangkan. Maka *e-commerce* perlu memberikan dorongan konsumen yang sudah melakukan transaksi untuk memberikan ulasan mereka. *E-commerce* Tokopedia memiliki fitur ulasan tetapi setiap ulasan yang dibuat tidak ada proses pengecekan ulasan. Ulasan merupakan informasi penting bagi konsumen dalam menilai produk sesuai atau tidak dengan foto dan deskripsi.

Dari hasil penelitian memberikan informasi mengenai respon pelanggan secara praktis yang dapat di implikasi kepada perusahaan. Pertama, perusahaan perlu memperhatikan ulasan yang diberikan konsumen. Berdasarkan penelitian variabel yang paling mempengaruhi niat beli ulang online adalah kepercayaan. Sebagai variabel mediasi kepercayaan memberikan peran penting dalam mempengaruhi konsumen. Kedua, faktor kepercayaan yang perlu diperhatikan yaitu komitmen dari perusahaan untuk berjanji saling menguntungkan satu sama lain, kompeten dalam melakukan aktivitas jual belinya, dan tidak akan secara sengaja merugikan pembelinya.

Ketiga, variabel yang juga mempengaruhi setelah kepercayaan adalah variabel persepsi kegunaan. Perusahaan perlu menyediakan informasi yang diperlukan konsumennya guna mendukung pembelian mereka. Keempat, faktor kemudahan untuk mencari dan membeli produk sehingga para pengguna merasa akan layanan yang cepat, juga meningkatkan efektivitas mereka dalam membeli produk.

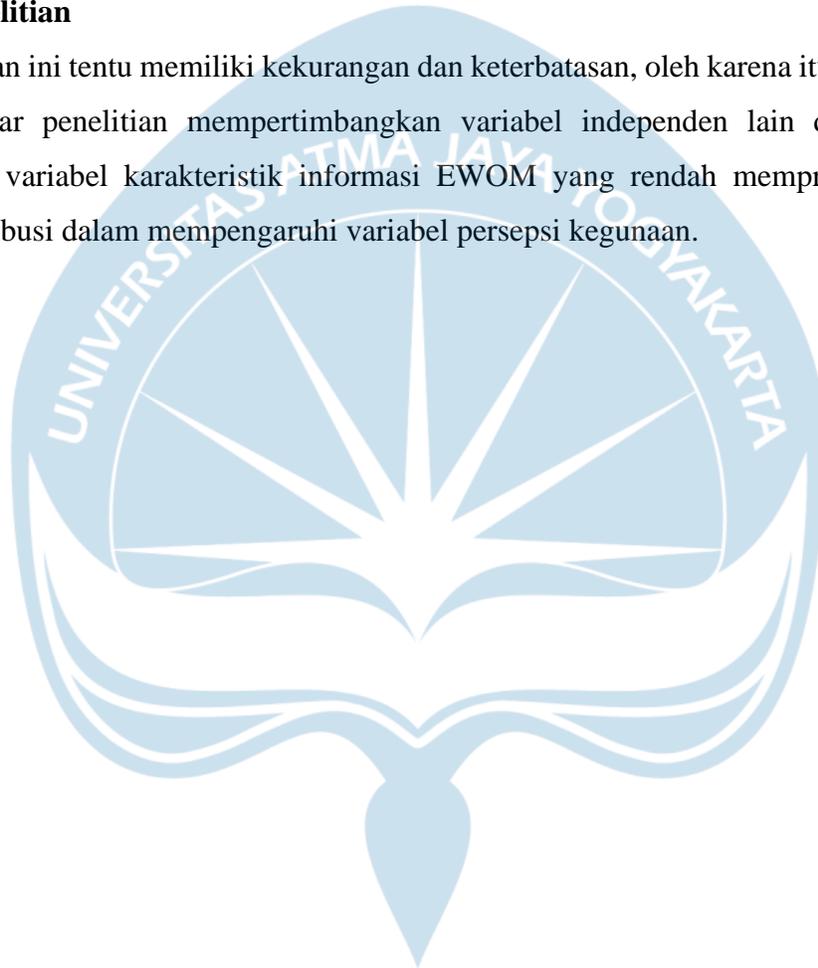
Kelima, dengan ketiga karakteristik informasi, perusahaan memperhatikan kualitas dari ulasan meliputi keakuratan ulasan, kebenaran ulasan, dan ulasan dapat diandalkan oleh konsumen. Segi kuantitas juga diperhatikan berdasarkan besarnya jumlah ulasan, volume ulasan, dan apakah mayoritas memberikan atau mempublikasikan rekomendasi mereka di fitur ulasan. Sedangkan kredibilitas dari ulasan perlu semakin ditingkatkan oleh perusahaan karena setiap ulasan dapat dibuat tanpa adanya pengecekan sehingga kurangnya kredibilitas ulasan membuat ulasan tidak dipercaya konsumen. Keenam, perusahaan juga melihat apakah konsumen merencanakan untuk terus menggunakan dan membeli produk dan layanan dimasa mendatang.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam komparasi hasil *r-square* persepsi kegunaan. Dengan hasil *r-square* 0.322, maka model kontribusi variabel independen ketiga karakteristik informasi terhadap variabel dependen persepsi kegunaan dianggap rendah.

### 5.4 Saran Penelitian

Penelitian ini tentu memiliki kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu saran penelitian kedepannya agar penelitian mempertimbangkan variabel independen lain diluar penelitian. Dengan ketiga variabel karakteristik informasi EWOM yang rendah memprediksi dan tidak mewakili kontribusi dalam mempengaruhi variabel persepsi kegunaan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abedi, E., Ghorbanzadeh, D., & Rahehagh, A. (2019). Influence of eWOM information on consumers' behavioral intentions in mobile social networks. *Journal of Advances in Management Research*, 16(1), 84-109.
- Al Ghoribi, K., & Waloejo, H. D. (2018). PENGARUH E-COMMERCE, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEBELIAN (STUDI PADA BATIK MAHKOTA LAWEYAN, SURAKARTA). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 185-191.
- Bhattacharjee, A., & Sanford, C. (2006). Influence processes for information technology acceptance: An elaboration likelihood model. *MIS quarterly*, 805-825.
- Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Rabjohn, N. (2008). The impact of electronic word-of-mouth: The adoption of online opinions in online customer communities. *Internet Research*, 18(3), 229-247.
- Clow, K. E., & Baack, D. E. (2018). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications, Global Edition e12*. Pearson International Content.
- Cuong, P. H. (2020). FACTORS INFLUENCING E-WOM ONLINE CONSUMER GOODS PURCHASE BEHAVIOR: EVIDENCE FROM VIETNAM. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 26(2), 1-11.
- Davis, F. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of marketing*, 61(2), 35-51.
- Fang, Y., Qureshi, I., Sun, H., McCole, P., Ramsey, E., & Lim, K. H. (2014). Trust, satisfaction, and online repurchase intention. *Mis Quarterly*, 38(2), 407-A9.
- Fard, M. H., & Marvi, R. (2019). Viral marketing and purchase intentions of mobile applications users. *International Journal of Emerging Markets*, 15(2), 287-301.

- Ferdinand, A. (2005). Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis Magister & Disertasi Doktor. *Language*, 3(390p), 24cm.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*.
- Hartono, J. (2016). Metodologi Penelitian Bisnis Edisi 6. Yogyakarta. BPF
- Hur, K., Kim, T. T., Karatepe, O. M., & Lee, G. (2017). An exploration of the factors influencing social media continuance usage and information sharing intentions among Korean travellers. *Tourism Management*, 63, 170e178.
- Khan, M. S., Naumann, E., & Williams, P. (2012). Identifying the key drivers of customer satisfaction and repurchase intentions: An empirical investigation of Japanese B2B services. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior*, 25(3), 159-178.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition e15*. Pearson International Content.
- Le-Hoang, P. (2020). THE EFFECTS OF ELECTRONIC WORD OF MOUTH (EWOM) ON THE ADOPTION OF CONSUMER EWOM INFORMATION. *Independent Journal of Management & Production*, 11(6), 1749-1766.
- Lis, B., Dr. (2013). In eWOM we trust: A framework of factors that determine the eWOM credibility. *Business & Information Systems Engineering*, 5(3), 129-140.
- Liu, Y., & Tang, X. (2018). The effects of online trust-building mechanisms on trust and repurchase intentions. *Information Technology & People*, 31(3), 666-687.
- Luo, C., Luo, X. R., Schatzberg, L., & Sia, C. L. (2013). Impact of informational factors on online recommendation credibility: The moderating role of source credibility. *Decision Support Systems*, 56, 92-102.

- Matute, J., Polo-Redondo, Y., & Utrillas, A. (2016). The influence of EWOM characteristics on online repurchase intention. *Online Information Review*, 40(7), 1090-1110.
- Mendoza, E. C. (2021). A study of online customers repurchase intention using the 4Rs of marketing framework. *International Review of Management and Marketing*, 11(2), 1-10.
- Moslehpour, M., Pham, V., Wing-Keung Wong, & Bilgiçli, İ. (2018). e-purchase intention of taiwanese consumers: Sustainable mediation of perceived usefulness and perceived ease of use. *Sustainability*, 10(1), 234.
- Park, D. H., & Lee, J. (2008). eWOM overload and its effect on consumer behavioral intention depending on consumer involvement. *Electronic Commerce Research and Applications*, 7(4), 386-398.
- Pavlou, Paul A., Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model (2003). *International Journal of Electronic Commerce* (2003), 59, (4), 69-103.,
- Reinartz, W., Haenlein, M., & Henseler, J. (2009). An Empirical Comparison of the Efficacy of Covariance-Based and Variance-Based SEM.
- Sarwono, Y. (2010). Pengertian dasar structural equation modeling (SEM). *Ilmiah Manajemen Bisnis*.
- Sussman, W. S., & Siegal, S. W. (2003). Informational influence in organizations: An integrated approach to knowledge adoption. *Information Systems Research*, 14(1), 47-65.
- Vijay, T. S., Prashar, S., Parsad, C., & Kumar, M. (2017). An empirical examination of the influence of information and source characteristics on consumers' adoption of online reviews. *Pacific Asia Journal of the Association for Information Systems*, 9(1), 5.
- Yu-Hui, F., Chao-Min, C., & Eric T.G. Wang. (2011). Understanding customers' satisfaction and repurchase intentions: An integration of IS success model, trust, and justice. *Internet Research*, 21(4), 479-503.

## LAMPIRAN

### KUESIONER ONLINE

#### KUESIONER PENELITIAN PENGARUH KARAKTERISTIK EWOM TERHADAP ONLINE REPURCHASE INTENTION E-COMMERCE TOKOPEDIA DENGAN MEDIASI TRUST DAN PERCEIVED USEFULNESS

Hola , perkenalkan saya Michael Anthony, mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta Program Studi Manajemen. Dalam form ini saya sedang melakukan penelitian mengenai pengaruh EWOM (ulasan pembeli) terhadap niat beli ulang secara online di Tokopedia.

Saya meminta bantuan teman teman untuk meluangkan waktu untuk mengisi form penelitian ini. Beberapa karakteristik yang dapat mengisi form ini adalah :

- Memiliki Tokopedia dan sudah pernah menggunakannya.
- Pernah melakukan pembelian minimal 2 kali di Tokopedia dalam kurun waktu 1 tahun.
- Pernah melihat fitur ulasan pembeli di Tokopedia.

Yang memiliki karakteristik diatas dapat membantu saya dalam menjawab pertanyaan penelitian dengan jujur, menurut pengalaman, dan apa adanya. Jika merasa adanya kesalahan ataupun kebingungan dapat langsung menghubungi saya melalui Instagram @jumpmic atau Line micim0 (angka nol).

Sekali lagi terima kasih atas kesediaan teman teman semoga segala kebaikan teman teman dalam mengisi akan kembali kepada teman teman semua.

\* Wajib

Apakah anda memiliki dan sudah pernah menggunakan e-commerce Tokopedia ? \*



- Ya
- Tidak ( Berhenti Disini )

### Ulasan Konsumen Tokopedia

Fitur ulasan Tokopedia adalah fitur yang dapat digunakan calon pembeli yang akan membeli sebuah produk. Produk yang sudah terjual dalam jumlah tertentu akan memiliki ulasan yang menunjukkan tingkat kepuasan pembeli tersebut terhadap produk. Ulasan dapat berupa bintang 1 sampai 5, narasi mengenai produk, bahkan foto produk.

Apakah anda pernah melihat fitur ulasan pembeli pada e-commerce Tokopedia ? \*

- Ya
- Tidak ( Berhenti Disini )

### Membeli 2 kali di e-commerce Tokopedia

Pembelian minimal 2 kali bertujuan untuk penyesuaian responden agar cocok dengan penelitian yang meneliti mengenai niat beli ulang secara online.

Apakah anda sudah melakukan pembelian minimal 2 kali di e-commerce Tokopedia dalam kurun 1 tahun terakhir? \*

- Ya
- Tidak ( Berhenti Disini )

Jenis Kelamin \*

- Laki - laki
- Perempuan

### Data Demografi Responden

Nama

Jawaban Anda

---

Usia \*

- < 18 tahun
- 18-25 tahun
- 26-35 tahun
- 36-55 tahun
- > 55 tahun

## Kuantitas EWOM

Pertanyaan mengenai kuantitas EWOM terdiri dari 3 pertanyaan

Responden dalam menanggapi pernyataan dapat merespon dengan skor sebagai berikut :

- 5 = Sangat Setuju
- 4 = Setuju
- 3 = Netral
- 2 = Tidak Setuju
- 1 = Sangat Tidak Setuju

Tokopedia memiliki sejumlah besar ulasan konsumen \*

Sangat Tidak Setuju      1      2      3      4      5      Sangat Setuju

Volume informasi ulasan konsumen di Tokopedia besar \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Sejumlah besar konsumen mempublikasikan rekomendasi mereka melalui ulasan di Tokopedia \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

### Kredibilitas EWOM

Pertanyaan mengenai kuantitas EWOM terdiri dari 3 pertanyaan

Responden dalam menanggapi pernyataan dapat merespon dengan skor sebagai berikut :

- 5 = Sangat Setuju
- 4 = Setuju
- 3 = Netral
- 2 = Tidak Setuju
- 1 = Sangat Tidak Setuju

Saya pikir rekomendasi konsumen di ulasan Tokopedia kredibel. \*

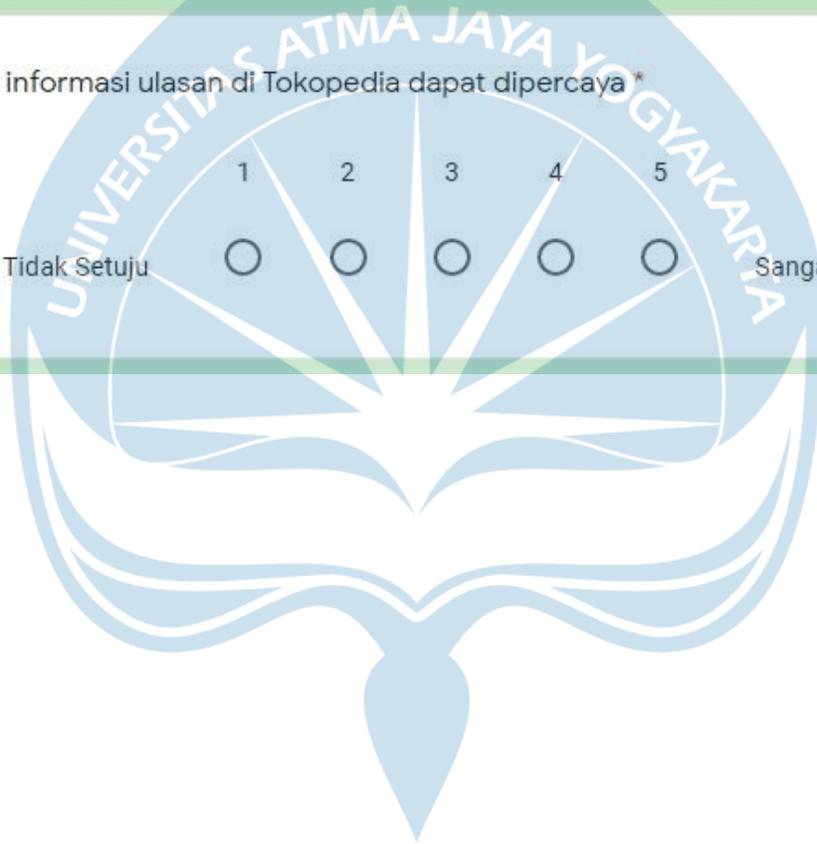
	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Saya pikir rekomendasi konsumen di ulasan Tokopedia terpercaya. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Saya pikir informasi ulasan di Tokopedia dapat dipercaya \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				



## Kualitas EWOM

Pertanyaan mengenai kuantitas EWOM terdiri dari 12 pertanyaan

Responden dalam menanggapi pernyataan dapat merespon dengan skor sebagai berikut :

- 5 = Sangat Setuju
- 4 = Setuju
- 3 = Netral
- 2 = Tidak Setuju
- 1 = Sangat Tidak Setuju

Ulasan konsumen di Tokopedia tepat pada waktunya. \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Ulasan konsumen di Tokopedia terkini \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Ulasan konsumen di Tokopedia terbaru \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Ulasan konsumen Tokopedia luas dan mendalam \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Ulasan konsumen Tokopedia mencakup semua nilai yang diperlukan \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Ulasan konsumen Tokopedia cukup memenuhi kebutuhan saya \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Ulasan konsumen Tokopedia relevan dengan keputusan membeli saya \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Ulasan konsumen Tokopedia bermanfaat \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Ulasan konsumen Tokopedia membantu saya dalam keputusan pembelian \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Ulasan konsumen Tokopedia akurat \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Ulasan konsumen Tokopedia benar \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Ulasan konsumen Tokopedia dapat diandalkan \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

### Kepercayaan

Pertanyaan mengenai kuantitas EWOM terdiri dari 9 pertanyaan

Responden dalam menanggapi pernyataan dapat merespon dengan skor sebagai berikut :

- 5 = Sangat Setuju
- 4 = Setuju
- 3 = Netral
- 2 = Tidak Setuju
- 1 = Sangat Tidak Setuju

Menurut saya biasanya Tokopedia memenuhi komitmennya \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Menurut saya informasi yang ditawarkan oleh Tokopedia tulus dan jujur \*

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                        Sangat Setuju

Menurut saya, saya merasa percaya pada janji yang dibuat Tokopedia \*

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                        Sangat Setuju

Menurut saya Tokopedia bertujuan untuk saling menguntungkan dengan pelanggannya \*

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                        Sangat Setuju

Menurut saya Tokopedia peduli dengan kepentingan pelanggannya saat ini dan di masa depan \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Menurut saya Tokopedia tidak akan sengaja melakukan apa pun yang akan merugikan pelanggannya \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Menurut saya Tokopedia memiliki pengalaman yang dibutuhkan untuk menjual produk dan jasanya \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Menurut saya Tokopedia memiliki sumber daya untuk berhasil melaksanakan aktivitas komersialnya \*

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                        Sangat Setuju

Menurut saya Tokopedia mengenal pelanggannya cukup baik untuk menawarkan produk kepada mereka \*

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                        Sangat Setuju

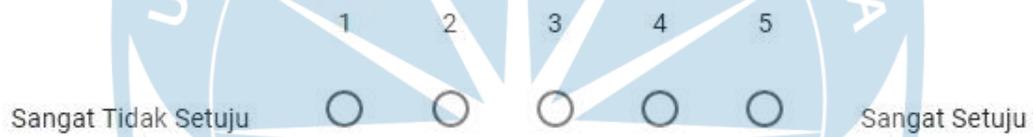
## Persepsi Kegunaan

Pertanyaan mengenai kuantitas EWOM terdiri dari 4 pertanyaan

Responden dalam menanggapi pernyataan dapat merespon dengan skor sebagai berikut :

- 5 = Sangat Setuju
- 4 = Setuju
- 3 = Netral
- 2 = Tidak Setuju
- 1 = Sangat Tidak Setuju

Tokopedia berguna untuk mencari informasi yang saya perlukan untuk melakukan pembelian \*



1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Tokopedia memudahkan saya untuk mencari dan membeli produk & layanan \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Tokopedia memungkinkan saya untuk mencari dan membeli produk dan layanan lebih cepat \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

Tokopedia meningkatkan efektivitas saya dalam mencari dan membeli produk & layanan \*

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju      Sangat Setuju

## Niat Beli Ulang Online

Pertanyaan mengenai kuantitas EWOM terdiri dari 3 pertanyaan

Responden dalam menanggapi pernyataan dapat merespon dengan skor sebagai berikut :

- 5 = Sangat Setuju
- 4 = Setuju
- 3 = Netral
- 2 = Tidak Setuju
- 1 = Sangat Tidak Setuju

Jika memungkinkan, saya ingin terus membeli produk dan layanan dari Tokopedia di masa depan \*

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

1      2      3      4      5

Sangat Tidak Setuju                                    Sangat Setuju

Saya berencana untuk terus menggunakan Tokopedia untuk membeli produk dan layanan \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

Sepertinya saya akan terus membeli dari Tokopedia di masa mendatang \*

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	Sangat Setuju				

## LAMPIRAN

### RESPON KUESIONER

Apakah anda memiliki dan sudah pernah menggunakan e-commerce Tokopedia ?	Apakah anda pernah melihat fitur ulasan pembeli pada e-commerce Tokopedia	Apakah anda sudah melakukan pembelian minimal 2 kali di e-commerce Tokopedia dalam kurun 1 tahun terakhir?	Nama	Usia	Jenis Kelamin
Ya	Ya	Ya	Dio	18-25	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Abel	>18	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Rafael	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Henrich Hendrata	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Stefen Kristanto	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Gilang Damar	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Laurensius Bramantya K	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Jason	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Veronika	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Yohanes Arga Poetra Birowo	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Givan Fraditya	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Vanessa	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Maria	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Wahjono Mardi Hardjono	36-55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Santoso H	> 55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Chatarina debby angelina	18-25 tahun	Perempuan

Ya	Ya	Ya	JOSHUA TIMOTHY	36-55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	fangfang	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Daniel Turibius Kristianto	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Agustin	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Lili Kurnia	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Siera pontoh	36-55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	lia	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Thessa Agatha Erlina	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya		26-35 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Gabriel A.H	< 18 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Yeyen N	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	dayat	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Darlian Angga Kusuma	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Isdi	36-55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Rafael Anthony H.	< 18 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Ari sutanto	36-55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Eko da	> 55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Alice	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Emi	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	William munthe	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Hans	36-55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Tidar Giriawan	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	IRENE GABRIELA MEIDY TRIXINA	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Wahyu	36-55 tahun	Laki - laki

Ya	Ya	Ya	Sherly	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Chelsy	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Daryadi	> 55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya		36-55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Putri	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Yoyok	36-55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Sulistio	36-55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Johanes	36-55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Veny Vania	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	joshea	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Ruthia	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Isnu Subroto	36-55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	M.Khalifatwa Adhie Kusuma	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Agathon	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Sharon	< 18 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Rina kusumastuti	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Wulansari	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Wiwik	> 55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Fendi	26-35 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	lili	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Talin	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Rama	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Gatot Sugianto	> 55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	ratna	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Giovanni Angel Wudianto	18-25 tahun	Perempuan

Ya	Ya	Ya	Maya	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Nurmawati	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Ferry Ferdinand	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Angga	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Jevon Pierson	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	hery	36-55 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Anna Marvella	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	fidei	26-35 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Theo Lorenzo	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Julius Vinsensius	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Patrick	26-35 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Selin	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	FEBRINA	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Susantie	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Alfian Pandhu F.	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Lenny Hardjanto	> 55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Nadya putridewi prasetija	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Ruy	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Jason Lee	< 18 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Daiva	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Mi	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Steve	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Vian	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	KENNY RAHARJA	18-25 tahun	Laki - laki

Ya	Ya	Ya	Reiner	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Juan	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Tara Ganteng	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Koko S P	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Khania	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Victo	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Priscilla	36-55 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Kevin	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Evan Pratama	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Febryani S	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Marcella Gabriel Setiawan	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Nana	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Jackson	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Washington	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Gilang Erlangga	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Maria Veronica Amara Alfyanti	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	MIA GUNAWAN	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Michael PH	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	John	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Mawan	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	wilson	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Kimberly	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Peter	18-25 tahun	Laki - laki

Ya	Ya	Ya	Meira	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Alexander	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Timotius Yosie	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Arya gamaseka	< 18 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Miriam Putri	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Vania Athalia	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya		18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Oktavianus Haris Pramudika	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Vincent Arlen	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Putu Evan	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Ellen Amalia Fristando	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Carmel	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Anthony	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Kristy Natalia	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Andhika	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Bakoh	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Meo	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Dhika	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Adit	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Swasti Citra Kirana	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Christy	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	bella	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Maria Yosephine	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Aland Prakoso	18-25 tahun	Laki - laki

Ya	Ya	Ya	Dionisius Christian Digi	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Naomita Salsavilla	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Son	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Feli	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Jon	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Putri febiana puspitaningrum	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Daniel Lorentino	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	I Nyoman Billy Sahadewa	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Gita	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Ichsan	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Vanesa	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Floren	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Antonius Gunawan	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Aldo Ferdianto	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Shania Virlian	18-25 tahun	Perempuan
Ya	Ya	Ya	Erlangga	18-25 tahun	Laki - laki
Ya	Ya	Ya	Anton	18-25 tahun	Laki - laki
<b>TOTAL</b>					<b>153</b>

NO	EQUAN			ECRED			EQUAL											
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3
2	4	3	3	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4
3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4
6	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4
7	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	2	3	4	4	4	3	2	3
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
13	5	4	5	4	5	3	4	4	3	5	5	3	4	4	5	5	5	5
14	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	2	4	4	5	5	3	4	5
15	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
16	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3
20	5	5	4	5	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3
21	5	5	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
25	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5
26	5	5	5	5	4	4	3	4	3	5	3	4	5	4	5	4	5	4
27	4	4	4	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3
28	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4
29	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5
30	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
31	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	3	3	3
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	3	4
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
36	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
37	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	4	4	5	4	3	3	4
38	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	5	5	4	3	4	4
39	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5

40	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3
41	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3
42	5	4	2	4	4	4	3	4	4	2	4	4	5	5	4	3	4	3
43	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	5	5	4	3	3
47	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
48	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4
49	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
52	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
54	4	4	4	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4
55	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
56	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3
57	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	3	3	4
60	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5
61	5	5	5	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	5	3	3	3
62	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4
63	3	3	3	3	3	4	2	4	4	2	2	2	4	5	5	3	3	3
64	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3
67	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4
68	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4
69	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	3	5	5	5	4	4	3	3
70	5	4	4	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3
71	4	4	4	3	3	3	2	4	4	2	3	2	4	4	4	3	3	3
72	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	5	3	3	4
73	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5
74	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
75	4	5	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	2	4	4	5	3	3	3
77	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	3	3	3
78	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
79	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	3	3	4

<b>81</b>	5	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	5
<b>82</b>	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	5	4	5	5	3	3	3
<b>83</b>	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3
<b>84</b>	5	4	5	4	4	4	3	4	4	2	1	3	4	4	4	4	4	4
<b>85</b>	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4
<b>86</b>	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	5	5	3	3	4
<b>87</b>	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5
<b>88</b>	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
<b>89</b>	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4
<b>90</b>	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
<b>91</b>	4	4	5	4	3	5	5	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4
<b>92</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>93</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>94</b>	4	3	5	3	5	4	3	5	5	3	4	4	5	5	5	3	4	5
<b>95</b>	4	3	2	3	4	3	5	3	3	5	4	4	5	5	5	4	4	3
<b>96</b>	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3
<b>97</b>	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
<b>98</b>	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	5	3	3	3
<b>99</b>	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	5	5	5	5	3	4	4
<b>100</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	3	5
<b>101</b>	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4
<b>102</b>	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
<b>103</b>	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
<b>104</b>	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4
<b>105</b>	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5
<b>106</b>	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3
<b>107</b>	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4
<b>108</b>	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5
<b>109</b>	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
<b>110</b>	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
<b>111</b>	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	4	3
<b>112</b>	5	5	5	3	5	5	3	2	3	3	2	3	5	5	5	5	4	4
<b>113</b>	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
<b>114</b>	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3
<b>115</b>	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
<b>116</b>	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4
<b>117</b>	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4
<b>118</b>	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
<b>119</b>	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4
<b>120</b>	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5
<b>121</b>	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	3	4	4

122	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
123	4	4	5	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	4	5	3	3	4
124	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
125	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4
126	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	3	3	4
127	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
128	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4
129	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4
130	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
132	4	5	5	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
133	4	4	3	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4
134	5	4	5	5	4	4	4	5	5	3	3	5	5	5	5	3	3	4
135	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
136	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
137	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	4	3	2	1	2
138	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	3	3	3
139	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
140	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5
141	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3
142	4	3	2	4	4	4	4	4	4	1	2	2	3	3	3	4	4	4
143	5	5	5	5	4	4	3	5	5	4	3	5	5	5	5	3	4	4
144	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5
145	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4
146	4	3	2	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3
147	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
148	4	4	4	5	5	5	4	4	4	2	2	4	4	5	5	4	4	4
149	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
150	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4
151	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
152	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	3
153	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5

NO	TRUST									PU				RI		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	1	2	3
1	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
3	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	5	4
6	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4

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

49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
51	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2
57	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4
60	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4
61	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
67	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
68	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3
69	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
71	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
73	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
74	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
75	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4
76	4	2	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
77	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	2
78	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5
79	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
81	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3
82	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	2	3	2
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
84	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
88	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
89	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

91	3	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
94	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
95	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	2	3	3
96	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5
97	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	4	5
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
100	4	1	2	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5	3	3	3
101	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
102	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
103	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
104	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
105	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5
106	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
107	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4
108	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5
109	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
110	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
111	4	3	3	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
112	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
114	3	4	4	4	4	4	4	5	4	2	2	2	2	3	3	4
115	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4
116	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	5	3	3
117	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
118	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4
119	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5
120	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
121	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
122	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
123	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	4
124	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
125	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
127	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
128	3	4	3	2	1	3	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3
129	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
130	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
132	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	3

133	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	3	4	3	5
134	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
135	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
136	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
137	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
138	4	3	3	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	3
139	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
140	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
141	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5
142	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
143	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4
144	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
145	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5
146	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
147	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
148	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
149	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5
150	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
151	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
152	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
153	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5

**LAMPIRAN**  
**HASIL OLAH DATA**

Bagian 1

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kuantitas

Variabel	Median	Min	Max	Standar Deviasi	Mean
EQUAN1	4	3	5	0,59	4,43
EQUAN2	4	2	5	0,64	4,21
EQUAN3	4	2	5	0,80	4,1

Bagian 2

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kredibilitas

Variabel	Median	Min	Max	Standar Deviasi	Mean
ECRED1	4	2	5	0,73	4,05
ECRED2	4	2	5	0,75	4,05
ECRED3	4	2	5	0,72	4,13

Bagian 3

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas

Variabel	Median	Min	Max	Standar Deviasi	Mean
EQUAL1	4	2	5	0,87	3,75
EQUAL2	4	2	5	0,80	3,98
EQUAL3	4	2	5	0,76	4,01
EQUAL4	4	1	5	0,95	3,67
EQUAL5	4	1	5	0,93	3,69
EQUAL6	4	2	5	0,83	3,99
EQUAL7	4	2	5	0,71	4,25
EQUAL8	5	3	5	0,58	4,47
EQUAL9	5	2	5	0,67	4,51
EQUAL10	4	2	5	0,80	3,88

<b>EQUAL11</b>	4	1	5	0,79	3,88
<b>EQUAL12</b>	4	2	5	0,762	4,02

Bagian 4

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Kegunaan

<b>Variabel</b>	<b>Median</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Standar Deviasi</b>	<b>Mean</b>
<b>PU1</b>	4	2	5	0,66	4,40
<b>PU2</b>	5	2	5	0,65	4,51
<b>PU3</b>	5	2	5	0,65	4,46
<b>PU4</b>	5	2	5	0,61	4,50

Bagian 5

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan

<b>Variabel</b>	<b>Median</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Standar Deviasi</b>	<b>Mean</b>
<b>TRUST1</b>	4	2	5	0,70	4,23
<b>TRUST2</b>	4	1	5	0,81	4,14
<b>TRUST3</b>	4	2	5	0,79	4,12
<b>TRUST4</b>	4	2	5	0,72	4,32
<b>TRUST5</b>	5	1	5	0,75	4,37
<b>TRUST6</b>	5	3	5	0,71	4,37
<b>TRUST7</b>	4	2	5	0,70	4,37
<b>TRUST8</b>	4	2	5	0,69	4,32
<b>TRUST9</b>	4	2	5	0,78	4,26

Bagian 6

Hasil Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli Ulang

<b>Variabel</b>	<b>Median</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>	<b>Standar Deviasi</b>	<b>Mean</b>
<b>RI1</b>	4	2	5	0,79	4,26
<b>RI2</b>	4	2	5	0,81	4,26
<b>RI3</b>	4	2	5	0,83	4,24

Bagian 7

Hasil *Loading Factor* 1

Variabel	Indikator	Loading Factor
Kuantitas EWOM	EQUAN1	0.84
	EQUAN2	0.861
	EQUAN3	0.816
Kredibilitas EWOM	ECRED1	0.845
	ECRED2	0.926
	ECRED3	0.932
Kualitas EWOM	EQUAL1	0.708
	EQUAL2	0.765
	EQUAL3	0.734
	EQUAL4	0.738
	EQUAL5	0.728
	EQUAL6	0.771
	EQUAL7	0.784
	EQUAL8	0.648
	EQUAL9	0.689
	EQUAL10	0.771
	EQUAL11	0.778
	EQUAL12	0.796
Persepsi Kegunaan Yang Dirasakan	PU1	0.855
	PU2	0.865
	PU3	0.855
	PU4	0.859
Kepercayaan	TRUST1	0.85
	TRUST2	0.751
	TRUST3	0.81
	TRUST4	0.804
	TRUST5	0.818
	TRUST6	0.776
	TRUST7	0.868
	TRUST8	0.836
	TRUST9	0.749
Niat Beli Ulang	RI1	0.919
	RI2	0.932
	RI3	0.912

Bagian 8

Hasil *Loading Factor 2*

Variabel	Indikator	Loading Factor	
Kuantitas EWOM	EQUAN1	0.84	
	EQUAN2	0.861	
	EQUAN3	0.816	
Kredibilitas EWOM	ECRED1	0.845	
	ECRED2	0.926	
	ECRED3	0.932	
Kualitas EWOM	EQUAL1	0.746	
	EQUAL2	0.787	
	EQUAL3	0.742	
	EQUAL4	0.755	
	EQUAL5	0.764	
	EQUAL6	0.766	
	EQUAL7	0.747	
	EQUAL10	0.787	
	EQUAL11	0.796	
	EQUAL12	0.802	
	Persepsi Kegunaan Yang Dirasakan	PU1	0.856
		PU2	0.866
PU3		0.854	
PU4		0.858	
Kepercayaan	TRUST1	0.85	
	TRUST2	0.753	
	TRUST3	0.811	
	TRUST4	0.803	
	TRUST5	0.817	
	TRUST6	0.774	
	TRUST7	0.867	
	TRUST8	0.836	
	TRUST9	0.749	
Niat Beli Ulang	RI1	0.919	
	RI2	0.932	
	RI3	0.912	

Bagian 9

Hasil Olah Data *Discriminant Validity*

	X1 EQUAN	X2 ECRED	X3 EQUAL	X4 PERCEIVED USEFULNESS	X5 TRUST	Y REPURCHASE INTENTION
ECRED1	0.505	0.845	0.654	0.355	0.494	0.414
ECRED2	0.523	0.926	0.704	0.430	0.565	0.494
ECRED3	0.512	0.932	0.718	0.449	0.605	0.525
EQUAL1	0.429	0.539	0.746	0.320	0.438	0.298
EQUAL10	0.473	0.602	0.787	0.388	0.562	0.526
EQUAL11	0.440	0.605	0.796	0.372	0.555	0.517
EQUAL12	0.571	0.670	0.802	0.451	0.566	0.496
EQUAL2	0.423	0.605	0.787	0.451	0.599	0.430
EQUAL3	0.438	0.587	0.742	0.521	0.553	0.472
EQUAL4	0.440	0.509	0.755	0.352	0.448	0.388
EQUAL5	0.413	0.480	0.764	0.261	0.441	0.412
EQUAL6	0.443	0.594	0.766	0.475	0.556	0.396
EQUAL7	0.509	0.653	0.747	0.521	0.611	0.518
EQUAN1	0.840	0.412	0.500	0.377	0.435	0.472
EQUAN2	0.861	0.507	0.478	0.404	0.460	0.370
EQUAN3	0.816	0.516	0.533	0.342	0.445	0.366
PU1	0.391	0.458	0.532	0.856	0.610	0.532
PU2	0.442	0.436	0.417	0.866	0.553	0.517
PU3	0.393	0.357	0.476	0.854	0.570	0.523
PU4	0.303	0.315	0.446	0.858	0.566	0.512
RI1	0.443	0.492	0.544	0.619	0.646	0.919
RI2	0.440	0.477	0.559	0.551	0.614	0.932
RI3	0.449	0.503	0.521	0.503	0.580	0.912
TRUST1	0.430	0.551	0.620	0.598	0.850	0.624
TRUST2	0.425	0.505	0.581	0.423	0.753	0.575
TRUST3	0.414	0.499	0.560	0.491	0.811	0.521
TRUST4	0.482	0.474	0.541	0.558	0.803	0.515
TRUST5	0.380	0.359	0.498	0.548	0.817	0.520
TRUST6	0.354	0.459	0.460	0.554	0.774	0.508
TRUST7	0.468	0.512	0.571	0.574	0.867	0.519
TRUST8	0.451	0.542	0.614	0.547	0.836	0.557
TRUST9	0.449	0.559	0.631	0.578	0.749	0.493

Bagian 10

Hasil Olah Data *Construct Reliability Validity*

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1 EQUAN	0.790	0.792	0.877	0.704
X2 ECRED	0.885	0.898	0.929	0.814
X3 EQUAL	0.924	0.927	0.935	0.592
X4 PERCEIVED USEFULNESS	0.881	0.882	0.918	0.737
X5 TRUST	0.933	0.935	0.944	0.652
Y REPURCHASE INTENTION	0.911	0.913	0.944	0.848

Bagian 11

Hasil Olah Data *R-Square*

	R Square	R Square Adjusted
X4 PERCEIVED USEFULNESS	0.322	0.308
X5 TRUST	0.522	0.512
Y REPURCHASE INTENTION	0.520	0.504

Bagian 12

Hasil Olah Data *Model Fit*

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.065	0.082
d_ULS	2.260	3.549
d_G	1.338	1.377
Chi-Square	1045.399	1057.028
NFI	0.750	0.747

Bagian 13

Hasil Olah Data *Path Coefficient*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
X1 EQUAN -> X4 PU	0.176	0.177	0.097	1.808	0.035
X1 EQUAN -> X5 TRUST	0.144	0.142	0.091	1.574	0.058
X1 EQUAN -> Y RI	0.066	0.065	0.089	0.741	0.229
X2 ECRED -> X4 PU	0.056	0.059	0.119	0.473	0.318
X2 ECRED -> X5 TRUST	0.132	0.133	0.1	1.328	0.092
X2 ECRED -> Y RI	0.083	0.081	0.097	0.86	0.195
X3 EQUAL -> X4 PU	0.397	0.396	0.13	3.06	0.001
X3 EQUAL -> X5 TRUST	0.52	0.524	0.091	5.714	0
X3 EQUAL -> Y RI	0.113	0.119	0.11	1.03	0.152
X4 PU -> Y RI	0.241	0.241	0.078	3.083	0.001
X5 TRUST -> Y RI	0.351	0.347	0.115	3.045	0.001

Bagian 14

Hasil Olah Data *Special Indirect Effect*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
X1 EQUAN -> X4 PU -> Y RI	0.042	0.042	0.027	1.562	0.059
X1 EQUAN -> X5 TRUST -> Y RI	0.05	0.051	0.04	1.262	0.098
X2 ECRED -> X4 PU -> Y RI	0.014	0.014	0.031	0.439	0.33
X2 ECRED -> X5 TRUST -> Y RI	0.046	0.045	0.039	1.202	0.115
X3 EQUAL -> X4 PU -> Y RI	0.096	0.097	0.047	2.015	0.022
X3 EQUAL -> X5 TRUST -> Y RI	0.182	0.18	0.065	2.807	0.003