

BAB V

PENUTUP

5.1 Pengantar

Pada bab lima penulis akan membahas mengenai kesimpulan dari hasil analisis karakteristik responden dan hasil analisis data yang telah dilakukan pada bab empat. Pada bagian pertama akan diawali dengan kesimpulan dari hasil penelitian ini. Kemudian akan dilanjutkan dengan implikasi manajerial atas penelitian yang dilakukan. Selanjutnya pada bagian terakhir akan dipaparkan mengenai keterbatasan temuan penelitian dan saran dari penulis yang harapannya akan berguna untuk penelitian yang akan datang.

5.2 Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data dan analisis yang telah dibahas pada bab empat, penulis menarik beberapa kesimpulan berikut:

1. Karakteristik Responden

Kuesioner ini didistribusikan secara *online* dalam bentuk *google form* melalui media sosial. Jumlah responden yang terkumpul dan memenuhi kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu responden perempuan dengan jumlah 129 orang dan responden laki-laki dengan jumlah 107 orang. Sebagian besar responden berusia 21 – 23 tahun. Kemudian mayoritas responden yang mengisi kuesioner ini menyanggah status sebagai mahasiswa. Dari total keseluruhan jumlah responden, sebagian besar memiliki rata-rata uang saku atau pendapatan sebesar Rp. 1.500.000 hingga diatas Rp. 2.500.000. Dalam penelitian ini, sebagian besar

responden mengetahui toko buket *online* dari hasil pencarian di Instagram dan telah melakukan pembelian di toko yang sama sebanyak 2 kali atau lebih selama 6 bulan terakhir ini. Dari berbagai jenis atau variasi buket yang ada, terdapat 2 jenis buket yang paling sering dibeli oleh para responden yaitu buket *snack* dengan jumlah 124 orang dan buket bunga dengan jumlah 123 orang. Faktor yang paling membuat para responden tertarik untuk melakukan pembelian di toko buket *online* adalah mereka dapat melakukan *request* atau *custom* buket sesuai dengan selera maupun *budget* yang diinginkan. Buket-buket yang telah dibeli oleh para responden tersebut sebagian besar diberikan kepada teman pada *event* wisuda.

2. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan

Nilai atau *value* yang diberikan oleh toko buket *online* di Yogyakarta dan sekitarnya kepada pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko buket. Jadi, apabila nilai yang diterima pelanggan sesuai dengan harapan mereka, maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Pelanggan cenderung memilih toko buket *online* yang memberi kesempatan bagi mereka untuk melakukan *custom* sesuai *budget* yang mereka inginkan. Selain itu pelanggan juga menyukai toko buket *online* yang menyediakan *sample* atau contoh buket yang telah dikerjakan dalam hal ini dapat berupa foto atau video untuk memberikan gambaran bagi pelanggan hasil buket yang sudah jadi. Semakin banyak *sample* yang dimiliki toko maka akan semakin baik karena pelanggan berasumsi toko telah mengerjakan banyak pesanan buket dan toko tersebut dapat dipercaya. Disamping *sample*, sebagian pelanggan juga membeli produk buket di toko *online* yang menampilkan testimoni dari pelanggan-

pelanggan sebelumnya. Adanya testimoni dari pelanggan yang pernah membeli buket di toko tersebut dapat meyakinkan pelanggan baru atau calon pelanggan untuk membeli di toko tersebut.

3. Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Kepuasan Pelanggan

Experiential Marketing yang diciptakan oleh toko buket *online* di Yogyakarta dan sekitarnya terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko buket. Jadi apabila pengalaman yang diterima pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap toko. Toko buket *online* yang responsif ternyata lebih dipilih oleh pelanggan karena proses pemesanan akan dapat dilakukan dengan lebih cepat. Selain itu, sikap penjual dalam melayani pelanggan serta interaksi yang terjadi antara penjual dan pelanggan juga dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Hal ini berkaitan dengan sejauh mana penjual mampu memahami dengan baik apa yang diinginkan pelanggan dalam pesannya serta kelancaran komunikasi antara penjual dengan pelanggan. Disamping itu, kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran juga menjadi nilai yang mempengaruhi kepuasan pelanggan secara positif. Sebagai toko *online*, menyediakan berbagai opsi pembayaran akan membuat pelanggan puas karena dapat mempermudah pelanggan dalam melakukan pembayaran produk buket yang diinginkan.

4. Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Nilai atau *value* yang diberikan oleh toko buket *online* di Yogyakarta dan sekitarnya kepada pelanggan ternyata tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa layanan, kualitas, citra, dan

harga di toko tertentu tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan yang membeli di toko tersebut. Meskipun demikian, variabel nilai pelanggan akan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan hanya jika melalui variabel mediasi yaitu kepuasan pelanggan. Dalam hal ini berarti apabila pelanggan tidak merasa puas atau nilai yang diterima pelanggan tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan, maka pelanggan tidak memiliki potensi untuk menjadi pelanggan yang loyal. Disamping itu, penciptaan pengalaman bagi pelanggan ternyata lebih mampu mempengaruhi pikiran dan perasaan pelanggan sehingga pelanggan terdorong untuk melakukan pembelian ulang bahkan merekomendasikan toko kepada orang-orang disekitarnya.

5. Pengaruh *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan

Experiential Marketing yang diciptakan oleh toko buket *online* di Yogyakarta dan sekitarnya terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Jadi apabila pengalaman yang diterima pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan memberikan testimoni positif serta merekomendasikan toko kepada orang-orang disekitar mereka. Strategi *experiential marketing* dilakukan oleh toko untuk menjaga kelangsungan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Hal ini dilakukan dengan cara memerhatikan sikap pada saat melayani pelanggan, menyediakan berbagai opsi pembayaran serta menjaga kelancaran dalam berinteraksi dengan pelanggan. Interaksi pasca pembelian seperti pemberian informasi mengenai *promo* dan *giveaway* dapat dilakukan oleh toko untuk tetap terhubung dengan pelanggan.

6. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan

Kepuasan yang dirasakan oleh para pelanggan toko buket *online* di Yogyakarta dan sekitarnya ternyata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Semakin puas para pelanggan terhadap nilai dan pengalaman yang diberikan oleh toko, maka pelanggan akan semakin loyal terhadap toko buket tersebut. Toko yang mampu memberikan nilai dan pengalaman yang sesuai dengan harapan pelanggan membuat pelanggan merasa puas, sehingga mereka akan memesan kembali dan membicarakan hal-hal positif tentang toko serta merekomendasikan toko kepada orang-orang di sekitar mereka.

7. Berdasarkan keempat variabel penelitian yaitu nilai pelanggan, *experiential marketing*, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap loyalitas pelanggan toko buket *online* di Yogyakarta dan sekitarnya adalah *experiential marketing*.

8. Kesimpulan dari hasil uji mediasi dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Kepuasan memiliki peran sebagai mediasi komplementer pada pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan memberikan total efek parsial.
- b. Kepuasan memiliki peran sebagai mediasi komplementer pada pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan dan memberikan total efek parsial.

5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka implikasi manajerial yang dapat diberikan oleh penulis yaitu:

1. Pihak toko buket *online* dapat melakukan inovasi dengan membuat konten-konten video pendek di media sosial dengan melibatkan unsur gaya hidup. Sesuai dengan hasil penelitian ini bahwa *experiential marketing* berdampak cukup baik terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, maka pembuatan video pendek mengenai produk buket yang melibatkan unsur gaya hidup perlu dilakukan untuk meningkatkan *online experience* pelanggan agar kepuasan dapat meningkat. Peningkatan pada kepuasan pelanggan akan diikuti oleh peningkatan loyalitas pelanggan karena kepuasan merupakan mediator yang baik bagi pengaruh *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan.
2. Pihak toko buket *online* perlu menjaga dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan agar dapat memberikan *experience* positif bagi pelanggan yang juga akan berdampak pada peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengaktifkan *auto-reply* agar pelanggan tidak menunggu lama untuk mendapatkan balasan. Selain itu, toko juga dapat memberikan informasi mengenai *promosi penjualan*, *giveaway* dan informasi menarik lainnya pasca pembelian agar toko dapat tetap terhubung dengan pelanggan.
3. Pihak toko buket *online* perlu menjaga tingkat harga dari produk-produk buket yang dijual agar dapat bersaing dengan para kompetitor. Hal ini perlu dilakukan karena hasil penelitian menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu nilai yang dievaluasi pelanggan untuk menentukan kepuasan mereka terhadap toko buket.

5.4 Saran dan Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan oleh penulis yaitu:

1. Pada penelitian selanjutnya terkait dengan nilai pelanggan dan loyalitas pelanggan dapat dilakukan dengan metode kualitatif untuk mengetahui lebih dalam tentang alasan nilai pelanggan tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan di toko buket *online* yang ada di Yogyakarta dan sekitarnya.
2. Pada penelitian selanjutnya dapat ditambahkan beberapa lokasi penelitian yang lebih spesifik sehingga dapat dilakukan uji beda berdasarkan lokasi.
3. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel mediasi lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti *customer trust*.
4. Pada penelitian selanjutnya, dapat dilakukan uji mediasi per dimensi agar dapat mengetahui lebih dalam mengenai pengaruh dan peran dari setiap dimensi pada variabel penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka ditemukan beberapa keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu:

1. Peneliti hanya menganalisis variabel nilai pelanggan dan *experiential marketing* serta variabel mediasi kepuasan pelanggan yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan. Padahal masih banyak variabel lain diluar ketiga variabel diatas yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
2. Pendistribusian kuesioner dilakukan secara daring sehingga peneliti tidak dapat mengawasi responden dalam mengisi kuesioner dan tidak dapat mengetahui

secara langsung respon serta reaksi responden terhadap pernyataan dan gambar yang terdapat didalam kuesioner.

3. Uji mediasi yang dilakukan oleh peneliti hanya terbatas pada variabel kepuasan pelanggan yang berperan sebagai perantara variabel nilai pelanggan dan *experiential marketing* terhadap loyalitas pelanggan; dan tidak melakukan uji mediasi per dimensi.



DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, R. R., Idayanti Nursyamsi, & Andi Reni Syamsuddin. (2020). Effect of Customer Value and Experiential Marketing to Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable (Case Study on Gojek Makassar Consumers). *The Asian Journal of Technology Management*, 13(1), 82–97.
- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Evanita, S., Yasri, Y., & Dastgir, S. (2020). Service quality, religiosity, customer satisfaction, customer engagement and Islamic bank's customer loyalty. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1691–1705.
- Arifn, Moch. R., N Rachma, & Afi Rachmat Slamet. (2019). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan di Bukalapak. *E- Jurnal Riset Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*, 08(10).
- Azizah, H. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Management Analysis Journal*, 1(2).
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182.
- Darmawan, P. A. D. T., & Ni Wayan Ekawati. (2017a). Pengaruh Kepuasan Konsumen Memediasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Pada Florist Online di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4), 2076–2104.
- Darmawan, P. A. D. T., & Ni Wayan Ekawati. (2017). Pengaruh Kepuasan Konsumen Memediasi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Berbelanja Pada Florist Online di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(4), 2076–2104.
- Dewo, O. I., & Eddy. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea di Surabaya. *AGORA*, 6(2).
- Fromm, Jeff., & Garton, Christie. (2013). *Marketing to millennials: reach the largest and most influential generation of consumers ever*. 202.
- Ghozali, I., & Hengky Latan. (2015). *Partial least squares: konsep, teknik dan aplikasi SmartPLS 2.0 M3 untuk penelitian empiris*.

- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.
- Gunawan, I. (2019). Kriya Indonesia, Menyikapi Industri Budaya. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 7(1).
- Hamouda, M. (2019). Omni-channel banking integration quality and perceived value as drivers of consumers' satisfaction and loyalty. *Journal of Enterprise Information Management*, 32(4).
- Han, H., & Hyun, S. S. (2018). Role of motivations for luxury cruise traveling, satisfaction, and involvement in building traveler loyalty. *International Journal of Hospitality Management*, 70, 75–84.
- Hasan, M. F., & Sampurno Wibowo. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (studi Kasus Pada Harian Umum Pikiran Rakyat di Kota Bandung Tahun 2020). *E-Proceeding of Applied Science*, 6(2), 954.
- Hendri, & Sarli Rahman. (2019). View of Analisis Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Subur Bangun. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan Dan Bisnis*, 4.
- Hossain, Md. S., Rashedul, H., Sara, B. K., Nafisa, M., & Nurul, M. Z. (2019). Customer Participation, Value, Satisfaction, Trust and Loyalty: An Interactive and Collaborative Strategic Action. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(3).
- Hutabarat, W. M. S., & Bulan, P. (2020). Pengaruh Experiential Marketing Dan Sales Promotion Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Go-Ride Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(2), 12–22.
- Indrawati, & Ulfa Shafira Fatharani. (2016). The Effect of Experiential Marketing Towards Customer Satisfaction on Online Fashion Store in Indonesia | Asia Pacific Institute of Advanced Research. *Asia Pacific Journal of Advanced Business and Social Studies*, 2(2).
- Katrine, D., & Cicik. (2018). The Analysis of Effect of Sense, Feel, Think, Act, and Relate as The Experiential Marketing Variables to Customer Loyalty of Andelir Hotel Semarang. *Journal of Management ISSN: 2502 - 7689*, 4(4).
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing Management / Philip Kotler, Kerin Lane Keller / Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya* (15th ed.).

- Krisnanto, S. A., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Gojek di Kota Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–80.
- Lestari, Y., & Djuwita, A. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Pada Kampanye 9.9 Super Shopping Day Terhadap Loyalitas Pengguna Shopee (Studi Pada Pengguna Shopee di Indonesia). *EProceedings of Management*, 6(2), 5055.
- Manurung, R. A., & Silalahi, P. R. (2022). Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Mental Accounting pada Remaja di Kota Medan. *JIEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).
- Meesala, A., & Paul, J. (2018). Service quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 40, 261–269.
- Mokoagouw, S., James, & Rudy. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 6(3).
- Murali, S., Pugazhendhi, S., & Muralidharan, C. (2016). Modelling and Investigating the relationship of after sales service quality with customer satisfaction, retention and loyalty - A case study of home appliances business. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 67–83.
- Nastiti, A., & Sri Rahayu Tri Astuti. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Taksi New Atlas di Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 8(1).
- Oeyono, J. T., & Diah. (2013). Analisa Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Sebagai Intervening Variabel di Tator Café Surabaya Town Square. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1–9.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, Second Edition, 1–519.
- Pratiwi, L. A., & Saino, S. (2022). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen*, 13(4), 684–691.
- Prihandoyo, C. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Balikpapan. *Jurnal GeoEkonomi ISSN-Elektronik*.
- Rachmahani, H., & Kusumasondjaja, S. (2021). Gift-Giving Behavior Among Millennials, The Use of Photo Elicitation Interview to Discover Consumer Insight. *ASEAN Marketing Journal*, 12(1).

- Raharjo, S. (2021). *Portal Resmi - Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta*. <https://jogjaprovo.go.id/berita/tingginya-potensi-ekonomi-kreatif-di-diy>
- Retnawati, B. B., & Irmawati, B. (2020). Inovasi Produk dan Orientasi Pasar: Suatu Kajian Deskriptif Pada UMKM Kerajinan Bahan Baku Alam di Semarang, Jawa Tengah. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 5(1), 90–96.
- Rofaida, R., Suryana, Asti Nur Aryanti, & Yoga Perdana. (2020). Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 402–414.
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1-3)
- Sebayang, I. E. S., & Nurhaida, T. (2021). View of Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah Taplus Muda Pada PT Bank BNI KCU Medan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Teknologi* 19, 1(2).
- Sekaran, U., & Roger Bougie. (2020). *Research Methods for Business*. Hoboken: Wiley
- Storey, J. (2017). Theories of consumption. *Theories of Consumption*, 1–144.
- Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(2), 24–32.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sundari, C. (2019). Revolusi Industri 4.0 Merupakan Peluang dan Tantangan Bisnis Bagi Generasi Milenial di Indonesia. *Jurnal Untidar*.
- Suwarno, B. (2021). Customer-Based Brand Equity, Product Quality, Price and Customer Loyalty in Electronic Industry of Refrigerator. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(6), 2143–2154.
- Widoyono, S. B. (2018). *14 Daerah Ekonomi Kreatif di Jateng Dipetakan BPS - Solopos.com | Panduan Informasi dan Inspirasi*.
- Yudha, I. G. B. K. W., & Nyoman. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Bunga Pertiwi Cabang Sulanyah. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 293–299.
- Yulisetiarni, D., Ketut, & Hafifatul. (2018). Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Penumpang Kereta Api Sri Tanjung Jember Yogyakarta PT. KAI Daop IX Jember. *UNEJ E-Proceeding*.

Yuswohady. (n.d.). *Millennial Trends 2016* Retrieved June 6, 2022, from <https://www.yuswohady.com/2016/01/17/millennial-trends-2016/>

Zeithaml, V. B., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46.

Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and Truths about Mediation Analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206.



LAMPIRAN 1

PILOT STUDY

Jumlah responden : 30 orang

Pertanyaan:

Bagian 1 (Pertanyaan Filter)

1. Apakah Anda pernah melakukan pembelian buket secara *online* (melalui *WhatsApp/Instagram*) di toko buket yang berada di area Jawa Tengah/DIY dalam kurun waktu 6 bulan terakhir?
 - Ya
 - Tidak
2. Berapa kali Anda melakukan pembelian buket secara *online* (melalui WA/IG/FB) di toko buket tersebut (misal: Felt_id) dalam kurun waktu 6 bulan terakhir?
 - 1 kali (Jika Anda menjawab 1 kali, mohon untuk berhenti disini)
 - 2 kali
 - > 2 kali
3. Sebutkan nama toko buket yang Anda maksud dan lokasi toko (misal: Felt_id, Yogyakarta)
.....

Bagian 2 (Identitas Responden)

1. Jenis Kelamin
 - Laki-laki
 - Perempuan
2. Usia
 - 17 tahun
 - 18-25 tahun
 - 26-33 tahun
 - 34-41 tahun
 - 42-49 tahun
 - > 49 tahun

3. Rata-rata uang saku/ pendapatan per bulan
 - \leq Rp. 1.000.000
 - Rp. 1.100.000 – Rp. 2.000.000
 - Rp. 2.100.000 – Rp. 3.000.000
 - Rp. 3.100.000 – Rp. 4.000.000
 - $>$ Rp. 4.000.000

Bagian 3

1. Apa yang membuat Anda tertarik untuk membeli buket secara *online* di toko buket tersebut (boleh memilih lebih dari satu jawaban)
 - Toko memiliki reputasi yang baik
 - Buket yang ditawarkan bervariasi
 - Lainnya.....
2. Apakah Anda puas terhadap pelayanan di toko buket tersebut?
 - Ya
 - Tidak
3. Apakah hasil buket yang Anda beli di toko tersebut sesuai dengan ekspektasi Anda?
 - Ya
 - Tidak
4. Alasan Anda melakukan pembelian ulang (*re-purchase*) buket di toko tersebut
 - Harga produk terjangkau
 - Adanya diskon/*promo*
 - Pembayaran mudah
 - Buket memiliki kualitas yang baik (rapi)
 - Bisa *custom* sesuai selera
 - Lainnya.....
5. Apakah Anda akan merekomendasikan toko buket tersebut kepada teman/relasi Anda
 - Ya
 - Tidak

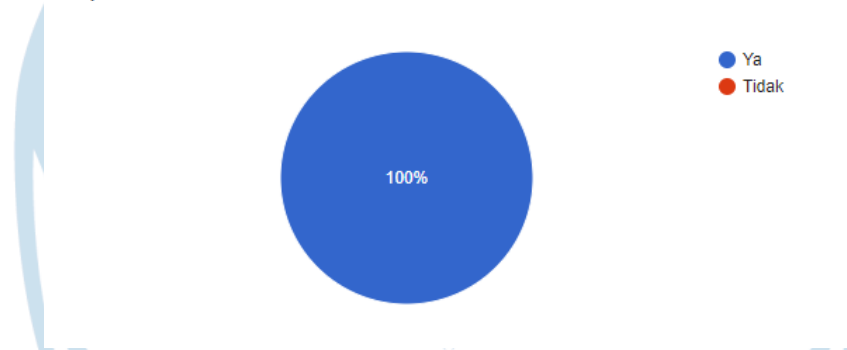
Jawaban:

Bagian 1

1. Berdasarkan hasil dari pertanyaan pertama pada bagian 1, sebanyak 30 responden atau 100% responden menjawab pernah melakukan pembelian buket secara *online* melalui *WhatsApp/Instagram* di toko buket yang berada di area Jawa Tengah atau DIY dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Hasil ini menunjukkan bahwa 100% responden yang mengisi kuesioner ini masuk dalam kriteria yang ditentukan oleh peneliti.

Apakah Anda pernah melakukan pembelian buket secara online (melalui WhatsApp/Instagram) di toko buket yang berada di area Jawa Tengah/ DIY dalam kurun waktu 6 bulan terakhir?

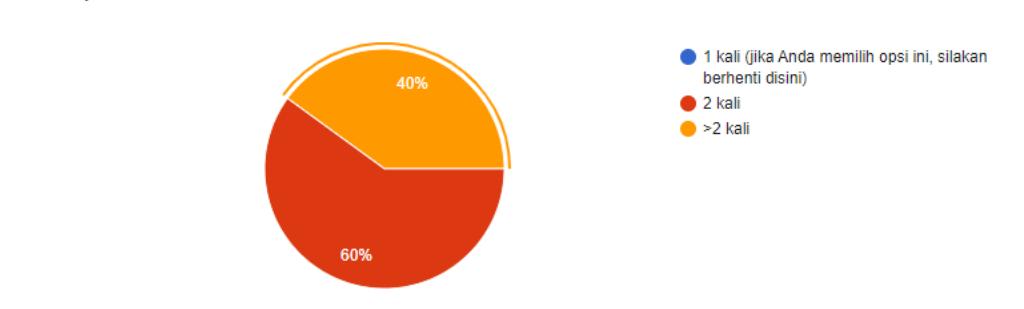
30 jawaban



2. Berdasarkan hasil dari pertanyaan kedua pada bagian 1, 18 responden atau 60% responden menjawab pernah melakukan pembelian buket secara *online* sebanyak 2 kali dan 12 responden lainnya atau sebesar 40% responden menjawab pernah melakukan pembelian buket secara *online* sebanyak lebih dari 2 kali dalam 6 bulan terakhir. Hasil ini menunjukkan bahwa 100% responden yang mengisi kuesioner ini masuk dalam kriteria yang ditentukan oleh peneliti.

Berapa kali Anda melakukan pembelian buket secara online (melalui WA/IG/FB) di toko buket tersebut (misal: Felt_id) dalam kurun waktu 6 bulan terakhir? [Salin](#)

30 jawaban

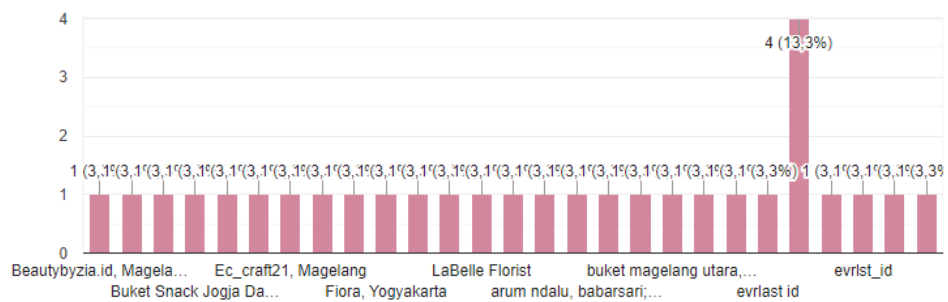


3. Berdasarkan hasil dari pertanyaan ketiga pada bagian 1, sebanyak 30 responden atau 100% responden mengisi nama toko buket *online* tempat para responden membeli buket. Toko-toko tersebut antara lain: Evrlast_id, Arum Ndal, Fiora.id, Devflorist, Beverly Bouquet, Ipuss, LaBelle Florist, Ec_craft21, Beautybyzia.id, JD Bloom, Puspo Florist, Caramellita.id, Lesta Florist, Satria Bucket, Blooming Bouquet, Buket Magelang Utara, dan Give Bouquet.

Sebutkan nama toko buket yang Anda maksud dan lokasi toko (misal: Felt_id, Yogyakarta)

 Salin

30 jawaban



Sebutkan nama toko buket yang Anda maksud dan lokasi toko (misal: Felt_id, Yogyakarta)

evrlast_id, Muntilan

arum ndalu, babarsari

[Fiora.id](#), Yogyakarta

evrlast_id, muntilan

evrlast_id, Muntilan

evrlast_id, muntilan

Evrlast, muntilan

evrist_id, muntilan

devflorist, Salatiga

beverly bouquet, Jogja

Ipuss, jogja

LaBelle Florist, Yogyakarta

Ec_craft21, Magelang

Evrlast_id, Muntilan

evrist_id, Muntilan

Beautybyzia.id, Magelang

JD Bloom, Solo

Puspo Florist, Kotabaru Jogja

Beverlybouquet, Yogyakarta

[caramellita.id](#), Surakarta

bucket.snackjogja (Lesta Florist), Yogyakarta

Buket_magelang_utara, magelang

Satriabucket, Magelang

evrlast_id_ Muntilan

Buket babarsari, Yogyakarta

Bloomingbouquet, Jogja

beverlybouquet, jogja

buket magelang utara, magelang

give bouquet, jogja

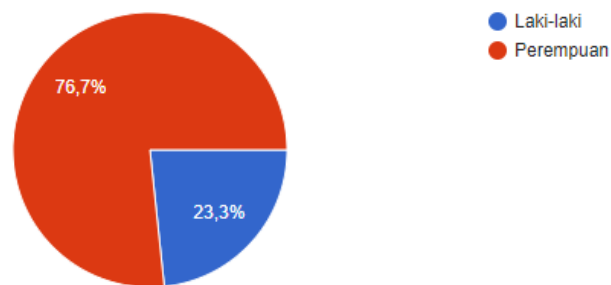
Fiora, Yogyakarta

Bagian 2

1. Berdasarkan hasil dari pertanyaan pertama pada bagian 2, sebanyak 23 responden atau 76,7% responden berjenis kelamin perempuan dan sebanyak 7 responden atau 23,3% responden berjenis kelamin laki-laki.

Jenis Kelamin

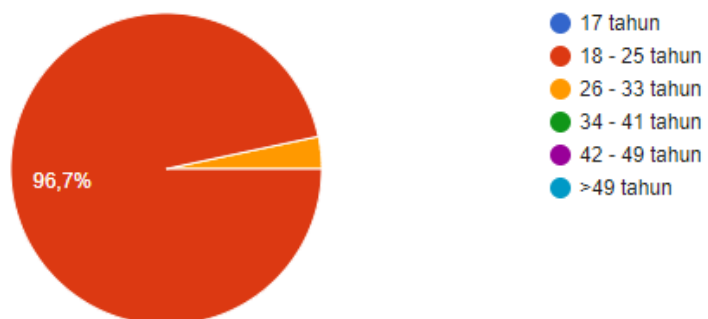
30 jawaban



2. Berdasarkan hasil dari pertanyaan kedua pada bagian 2, sebanyak 29 responden atau 96,7% responden memiliki rentang usia antara 18 – 25 tahun. Kemudian sebanyak 1 responden lainnya atau 3,3% memiliki rentang usia antara 26-33 tahun.

Usia

30 jawaban

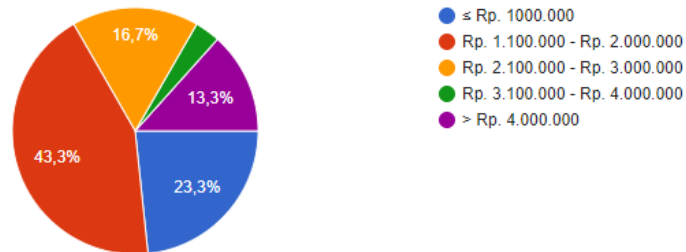


3. Berdasarkan hasil dari pertanyaan ketiga pada bagian 2, sebanyak 13 responden atau 43,3% responden memiliki rata-rata uang saku/ pendapatan sebesar Rp. 1.100.000 – Rp. 2.000.000, sebanyak 7 responden atau 23,3% responden memiliki rata-rata uang saku/ pendapatan sebesar \leq Rp. 1.000.000, sebanyak 5 responden atau 16,7% responden memiliki rata-rata uang saku/ pendapatan sebesar Rp. 2.100.000 – Rp. 3.000.000, sebanyak 1

responden atau 3,3% responden memiliki rata-rata uang saku/pendapatan sebesar Rp. 3.100.000 – Rp. 4.000.000, dan sebanyak 4 responden atau 13,3% responden memiliki rata-rata uang saku/pendapatan sebesar > Rp. 4.000.000.

Rata-rata Uang Saku/ Pendapatan per bulan

30 jawaban

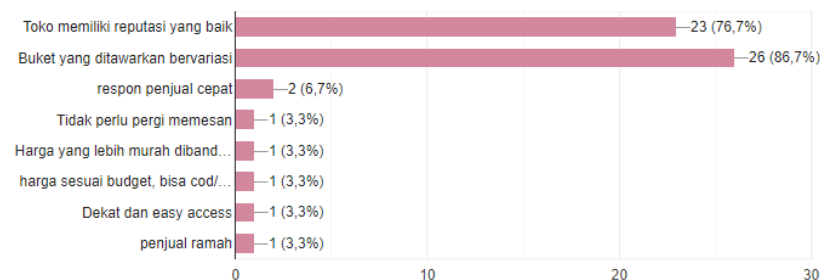


Bagian 3

1. Berdasarkan hasil dari pertanyaan pertama pada bagian 3, sebanyak 26 responden atau 86,7% responden tertarik membeli buket secara *online* di toko tersebut karena buket yang ditawarkan toko tersebut bervariasi, sebanyak 23 responden atau 76,7% responden tertarik untuk membeli buket secara *online* di toko tersebut karena toko memiliki reputasi yang baik, sebanyak 2 responden atau 6,7% tertarik untuk membeli buket secara *online* di toko tersebut karena respon penjual cepat. Kemudian sebanyak 1 responden atau 3,3% responden masing-masing tertarik untuk membeli buket secara *online* di toko tersebut karena tidak perlu pergi memesan, harga yang lebih murah dibandingkan dengan toko lainnya, harga sesuai budget, bisa *cod/ gosend*, dekat dan *easy access*, dan penjual ramah.

Apa yang membuat Anda tertarik untuk membeli buket secara online di toko buket tersebut (boleh memilih lebih dari satu jawaban)

30 jawaban

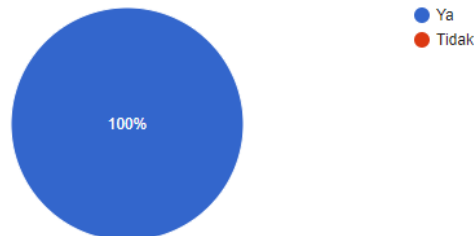


2. Berdasarkan hasil dari pertanyaan kedua pada bagian 3, sebanyak 30 responden atau 100% responden menjawab puas terhadap pelayanan di toko buket tempat responden membeli buket secara *online*.

Apakah Anda puas terhadap pelayanan di toko buket tersebut?


 [Salin](#)

30 jawaban

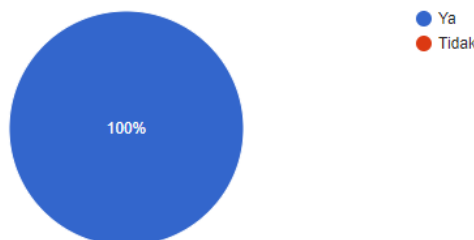


3. Berdasarkan hasil dari pertanyaan ketiga pada bagian 3, sebanyak 30 responden atau 100% responden menjawab hasil buket yang dibeli di toko tersebut sesuai dengan ekspektasi responden.

Apakah hasil buket yang Anda beli di toko tersebut sesuai dengan ekspektasi Anda?

 [Salin](#)

30 jawaban

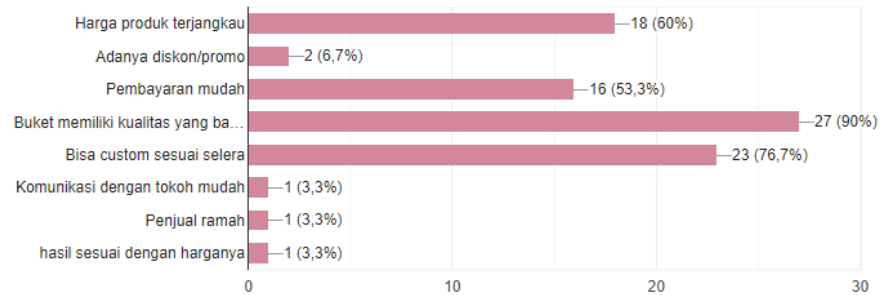


4. Berdasarkan hasil dari pertanyaan keempat pada bagian 3, sebanyak 27 responden atau 90% responden menjawab melakukan *re-purchase* di toko buket tersebut karena buket memiliki kualitas yang baik (rapi), sebanyak 23 responden atau 76,7% responden menjawab melakukan *re-purchase* di toko buket tersebut karena bisa custom sesuai selera, sebanyak 18 responden atau 60% responden menjawab melakukan *re-purchase* di toko buket tersebut karena harga produk terjangkau, sebanyak 16 responden atau 53,3% responden menjawab melakukan *re-purchase* di toko buket tersebut karena pembayaran mudah, sebanyak 2 responden atau 6,7% responden menjawab melakukan *re-purchase* di toko buket tersebut karena ada diskon/*promo* dan sebanyak 1 responden atau 3,3% masing-masing menjawab melakukan *re-purchase* di toko buket tersebut karena komunikasi dengan toko mudah, penjual ramah, dan hasil yang sesuai dengan harga.

Alasan Anda melakukan pembelian ulang (re-purchase) buket di toko tersebut

[Salin](#)

30 jawaban

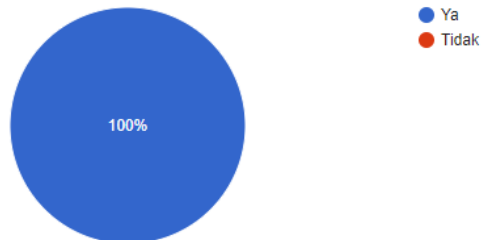


5. Berdasarkan hasil dari pertanyaan kelima pada bagian 3, sebanyak 30 responden atau 100% responden menjawab akan merekomendasikan toko buket tersebut kepada teman/relasinya.

Apakah Anda akan merekomendasikan toko buket tersebut kepada teman/relasi Anda

[Salin](#)

30 jawaban



LAMPIRAN 2

KUESIONER

BAGIAN PERTAMA: PERTANYAAN FILTER

1. Apakah Anda pernah melakukan pembelian buket secara *online* (melalui WA/IG/FB) di toko buket yang berada di area Yogyakarta dan sekitarnya dalam kurun waktu 6 bulan terakhir?
 - Ya
 - Tidak

2. Anda sering membeli buket di toko mana?
 - Evrlast_id
 - Fiora.id
 - Lesta Florist/Buket *Snack Florist* Jogja
 - Buket Magelang Utara
 - Give Bouquet.id
 - Lainnya (sebutkan).....

3. Berapa kali Anda melakukan pembelian buket secara *online* (melalui WA/IG/FB) di toko tempat Anda membeli buket dalam kurun waktu 6 bulan terakhir?
 - 1 kali (berhenti disini)
 - 2 kali
 - >2 kali

**BAGIAN KEDUA: IDENTITAS RESPONDEN & TAMBAHAN
PERTANYAAN**

1. Jenis Kelamin:
 - Laki-laki
 - Perempuan
2. Usia: (isi angka saja)
 - Tahun
3. Status:
 - Pelajar
 - Mahasiswa
 - Karyawan
4. Rata-rata uang saku/ pendapatan per bulan
 - ≤ Rp. 1.000.000
 - Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000
 - Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000
 - Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000
 - > Rp. 2.500.000
5. Dari mana Anda mengetahui toko tempat Anda membeli buket? (boleh memilih lebih dari satu jawaban)
 - Hasil Pencarian (*search*) di Instagram
 - Hashtags*/ Tagar di Instagram
 - Halaman *Facebook*/ *Marketplace* Facebook
 - Rekomendasi Teman/ Keluarga
 - Lainnya (sebutkan).....
6. Jenis buket yang sering Anda beli secara *online* di toko tempat Anda membeli buket (boleh memilih lebih dari satu jawaban)



Buket *Snack*



Buket Uang



Buket Bunga



Buket Bunga dan Boneka



Buket *Snack* dan Boneka

Lainnya (sebutkan).....

7. Alasan Anda membeli buket secara *online* di toko tempat Anda membeli buket (boleh memilih lebih dari satu jawaban)

- Terdapat Testimoni dari Pelanggan
- Dapat Melakukan *Request* Buket sesuai *Budget* yang Diinginkan
- Desain Buket Menarik dan Kekinian
- Jenis Buket Bervariasi
- Adanya Promo dan *Giveaway*
- Kemudahan Bertransaksi
- Admin yang Responsif
- Puas terhadap Pembelian Sebelumnya
- Lainnya (sebutkan).....

8. Untuk *event* apa saja Anda membeli buket? (boleh memilih lebih dari satu jawaban)

- Wisuda
- Ulang Tahun
- Idul Fitri
- Lainnya (sebutkan).....

9. Untuk siapa saja Anda membeli buket? (boleh memilih lebih dari satu jawaban)

- Teman
- Keluarga
- Diri Sendiri (*self-reward*)

Nilai Pelanggan						
Dimensi	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
Layanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya mendapatkan akses yang cepat ke penjual 2. Kontak toko tempat saya membeli buket sesuai dengan yang tertera di media sosial (<i>Instagram/ Facebook</i>) 					
Kualitas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya senang dengan hasil buket yang saya pesan secara <i>online</i> di toko tempat saya membeli buket 2. Kondisi buket yang saya pesan secara <i>online</i> di toko tempat saya membeli buket dalam keadaan utuh (tidak rusak) 					
Citra	<ol style="list-style-type: none"> 1. Toko tempat saya membeli buket telah mengerjakan banyak pesanan buket untuk berbagai <i>event</i> (wisuda, ulang tahun, <i>valentine</i>, dll) 2. Toko tempat saya membeli buket merupakan toko favorit saya untuk membeli buket secara <i>online</i> 					
Harga	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga buket di toko tempat saya membeli buket lebih terjangkau daripada toko buket lainnya 2. Saya dapat melakukan custom buket sesuai budget yang saya inginkan 3. Saya mendapatkan promo yang menarik di toko tempat saya membeli buket 					

Experiential Marketing						
Dimensi	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
<i>Sense</i>	1. Desain buket-buket di toko tempat saya membeli buket menarik 2. Penjual memberikan rekomendasi buket yang sesuai dengan keinginan saya					
<i>Feel</i>	1. Sikap penjual sopan saat melayani pesanan saya 2. Penjual melayani pesanan saya dengan baik					
<i>Think</i>	1. Toko tempat saya membeli buket menyediakan berbagai jenis buket untuk dipesan (<i>snack</i> , bunga, uang) 2. Toko tempat saya membeli buket menawarkan kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran					
<i>Act</i>	1. Interaksi antara saya dan penjual berlangsung dengan baik 2. Saya merasa membeli buket secara <i>online</i> di toko tempat saya membeli buket mampu memenuhi kebutuhan gaya hidup saya					
<i>Relate</i>	1. Saya mendapatkan hadiah menarik setelah membeli buket secara <i>online</i> di toko tempat saya membeli buket 2. Saya dapat dengan mudah mengontak penjual jika terjadi sesuatu (contoh: ingin mengubah pesanan)					

Kepuasan Pelanggan						
Dimensi	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
Kebahagiaan	1. Saya merasa senang setelah membeli buket secara <i>online</i> di toko tempat saya membeli buket					
Ketepatan Pilihan	1. Toko tempat saya membeli buket merupakan pilihan yang tepat untuk membeli buket secara <i>online</i>					
Sesuai Ekspektasi	1. Secara keseluruhan, saya merasa puas membeli buket secara <i>online</i> di toko tempat saya membeli buket 2. Saya mendapatkan pelayanan yang memuaskan saat membeli buket secara <i>online</i> di toko tempat saya membeli buket					

Loyalitas Pelanggan						
Dimensi	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
Memberitahukan hal positif tentang produk yang telah dibeli	1. Saya akan memberikan testimoni positif tentang toko tempat saya membeli buket 2. Saya akan memberitahukan kepada teman/relasi saya tentang pelayanan yang baik di toko tempat saya membeli buket					
Merekomendasikan kepada seseorang/teman tentang produk yang telah dibeli	1. Saya akan mengajak teman saya untuk membeli buket di toko tempat saya membeli buket 2. Saya akan menyampaikan informasi positif tentang toko tempat saya membeli buket					
Berniat melakukan pembelian ulang produk yang telah dibeli	1. Saya akan melakukan pembelian ulang buket di toko tempat saya membeli buket					



No	Jenis kelamin	Usia	Status	Rata-rata uang saku/ pendapatan per bulan	Dari mana Anda mengetahui Toko Buket?	Jenis buket yang sering Anda beli secara online di Toko Buket	Alasan Anda membeli buket secara online di Toko Buket	Untuk event apa saja Anda membeli buket?	Untuk siapa saja Anda membeli buket?
1.	Perempuan	18	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Valentine	Teman, Keluarga
2.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif	Wisuda	Teman
3.	Laki-laki	22	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda	Teman
4.	Perempuan	22	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram,	Buket Snack	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom	Wisuda, Ulang Tahun	Teman

					Rekomendasi Teman/ Keluarga		Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif		
5.	Perempuan	32	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Snack dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Admin yang Responsif	Ulang Tahun	Keluarga
6.	Laki-laki	19	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Teman, Keluarga
7.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan	Wisuda	Teman, Keluarga
8.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga, Internet	Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda, Ulang Tahun	Teman
9.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda	Teman
10.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan	Wisuda	Teman, Keluarga

11.	Perempuan	22	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
12.	Perempuan	22	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
13.	Perempuan	22	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
14.	Perempuan	22	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram,	Buket Snack, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga

					Rekomendasi Teman/ Keluarga		Kekinian, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
15.	Perempuan	23	Karyawan	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga, Diri Sendiri (self-reward)
16.	Perempuan	21	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman, Keluarga
17.	Perempuan	22	Karyawan	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan	Ulang Tahun	Teman
18.	Perempuan	22	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis	Wisuda	Teman

							Buket Bervariasi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
19.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Wisuda	Teman
20.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Sempro, sidang	Teman
21.	Laki-laki	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda	Teman
22.	Perempuan	23	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Bunga dan Boneka, Bucket Balon	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga, Diri Sendiri (self-reward)

23.	Perempuan	23	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Postingan yg muncul di feed Instagram	Buket Bunga dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
24.	Perempuan	22	Mahasiswa	> Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Valentine, birthday	Keluarga
25.	Perempuan	21	Karyawan	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Uang	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif	Wisuda, Ulang Tahun	Teman
26.	Perempuan	22	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi,	Wisuda	Teman

							Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
27.	Perempuan	21	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Teman sendiri	Buket Snack, Buket foto polaroid	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
28.	Perempuan	22	Karyawan	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram, Halaman Facebook/ Marketplace Facebook, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
29.	Perempuan	21	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian	Wisuda	Teman
30.	Laki-laki	22	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram,	Buket Snack, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik	Wisuda, Ulang Tahun	Teman

					Rekomendasi Teman/ Keluarga		dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
31.	Perempuan	21	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga, Diri Sendiri (self-reward)
32.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
33.	Perempuan	22	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi	Wisuda	Teman
34.	Perempuan	23	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram,	Buket Snack	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi,	Wisuda, Ulang Tahun	Teman

					Rekomendasi Teman/ Keluarga		Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
35.	Perempuan	21	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman, Keluarga
36.	Perempuan	22	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
37.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman, Keluarga
38.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram,	Buket Uang, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain	Wisuda	Teman, Diri Sendiri (self-reward)

					Rekomendasi Teman/Keluarga		Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
39.	Laki-laki	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack, Buket Uang	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi	Wisuda, Ulang Tahun	Teman
40.	Perempuan	20	Karyawan	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Teman, Keluarga
41.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
42.	Perempuan	21	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack	Jenis Buket Bervariasi	Wisuda	Teman

43.	Perempuan	22	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Pacar
44.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Wisuda	Teman, pacar
45.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi	Wisuda	Teman
46.	Perempuan	21	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
47.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Puas	Wisuda	Teman

							terhadap Pembelian Sebelumnya		
48.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya, hasilnya bagus	Wisuda, Ulang Tahun	Teman
49.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda	Teman, Keluarga
50.	Perempuan	23	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Snack dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda	Teman, Diri Sendiri (self-reward)
51.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif	Wisuda	Teman, Pacar
52.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda	Teman

53.	Laki-laki	22	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda	Teman
54.	Perempuan	21	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Teman
55.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
56.	Perempuan	19	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan	Wisuda	Teman
57.	Laki-laki	16	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Snack dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun, anniversary	Teman
58.	Perempuan	17	Pelajar	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga, Tempat strategis	Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan	Wisuda	Keluarga

							Bertransaksi, Admin yang Responsif		
59.	Perempuan	18	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga dan Boneka	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Admin yang Responsif	Wisuda	Teman
60.	Perempuan	24	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Kemudahan Bertransaksi	Wisuda, Seminar proposal, seminar hasil	Teman
61.	Perempuan	18	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
62.	Perempuan	18	Karyawan	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Uang	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Wisuda, Ulang Tahun	Teman
63.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Adanya Promo dan Giveaway, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman
64.	Perempuan	22	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram,	Buket Snack, Buket Bunga dan Boneka,	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget	Wisuda	Teman, Keluarga, Diri Sendiri (self-reward)

					Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack dan Boneka	yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
65.	Perempuan	22	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Diri Sendiri (self-reward)
66.	Laki-laki	22	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Kemudahan Bertransaksi	Wisuda	Teman
67.	Perempuan	18	Pelajar	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda	Teman
68.	Perempuan	16	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Snack dan Boneka	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
69.	Perempuan	20	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman

70.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun, Valentine	Teman
71.	Laki-laki	24	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway	Ulang Tahun, Anniversary	Teman, Pacar
72.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda	Teman, Keluarga
73.	Perempuan	21	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Uang	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian	Wisuda	Teman
74.	Perempuan	22	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hashtags/ Tagar di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan,	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga, Diri Sendiri (self-reward)

							Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
75.	Perempuan	18	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
76.	Perempuan	21	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Bunga	Jenis Buket Bervariasi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
77.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
78.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga

							terhadap Pembelian Sebelumnya		
79.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
80.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Bunga	Desain Buket Menarik dan Kekinian	Wisuda	Teman
81.	Perempuan	22	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian	Wisuda, Pelantikan mantan:(Teman, Keluarga, Mantan:)
82.	Perempuan	19	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
83.	Perempuan	21	Mahasiswa	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif	Wisuda	Teman, Keluarga

84.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway	Wisuda	Teman
85.	Perempuan	18	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun, valentine, appreciation gift	Teman, Keluarga, pacar
86.	Perempuan	15	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Snack box, buket coklat	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian	Wisuda	Teman, Keluarga
87.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Uang, Buket Bunga	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
88.	Perempuan	20	Karyawan	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket rokok	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik	Ulang Tahun, Anv	Teman, Keluarga, Doi

							dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
89.	Laki-laki	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hashtags/Tagar di Instagram, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Uang, Buket Bunga, Buket Snack dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
90.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda	Teman
91.	Laki-laki	21	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan	Wisuda, Ulang Tahun, Anive	Teman, Keluarga, Pacar
92.	Perempuan	22	Mahasiswa	> Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan	Wisuda	Teman
93.	Perempuan	19	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Bunga, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Diri Sendiri (self-reward)
94.	Perempuan	18	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram,	Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget	Wisuda	Teman, Keluarga

					Rekomendasi Teman/ Keluarga		yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
95.	Laki-laki	23	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram, Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi	Ulang Tahun	Teman, Keluarga
96.	Laki-laki	17	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Ulang Tahun	Teman, Pacar
97.	Laki-laki	30	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hashtags/ Tagar di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Uang, Buket Bunga	Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun, Valentine	Keluarga, Pacar
98.	Laki-laki	22	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda, Sempro	Teman

99.	Laki-laki	20	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Snack dan Boneka	Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Wisuda	Teman
100.	Laki-laki	25	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun, Idul Fitri	Keluarga, Pacar
101.	Laki-laki	27	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Kemudahan Bertransaksi	Ulang Tahun	Teman
102.	Laki-laki	22	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga dan Boneka	Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
103.	Laki-laki	18	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif	Wisuda	Teman
104.	Laki-laki	19	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Kemudahan	Ulang Tahun	Keluarga

							Bertransaksi, Admin yang Responsif		
105.	Perempuan	19	Karyawan	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
106.	Laki-laki	24	Karyawan	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Teman, Keluarga
107.	Laki-laki	19	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
108.	Laki-laki	16	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, jarak kirim dekat	Wisuda	Teman
109	Perempuan	18	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis	Wisuda	Teman, Keluarga

							Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
110.	Laki-laki	32	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Keluarga, Istri
111.	Laki-laki	20	Karyawan	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hashtags/Tagar di Instagram, Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Snack, Buket Uang, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Keluarga
112.	Laki-laki	22	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Uang	Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Ulang Tahun	Pacar
113.	Perempuan	23	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga

114.	Laki-laki	24	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Keluarga
115.	Perempuan	19	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
116.	Laki-laki	18	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hashtags/ Tagar di Instagram, Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Ulang Tahun	Teman
117.	Laki-laki	23	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Wisuda, Sempro	Teman
118.	Laki-laki	24	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga

							Bertransaksi, Admin yang Responsif		
119.	Laki-laki	21	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Uang, Buket Bunga	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda, Ulang Tahun	Teman
120.	Laki-laki	17	Pelajar	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Ulang Tahun	Teman, Pacar
121.	Laki-laki	20	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif	Wisuda, Ulang Tahun	Teman
122.	Laki-laki	16	Pelajar	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Adanya Promo dan Giveaway	Ulang Tahun	Teman, Keluarga
123.	Laki-laki	23	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga

124.	Laki-laki	17	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Snack	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Ulang Tahun	Teman, Pacar
125.	Laki-laki	19	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi	Ulang Tahun	Keluarga
126.	Laki-laki	31	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Admin yang Responsif	Ulang Tahun, Idul Fitri	Keluarga
127.	Perempuan	23	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif	Ulang Tahun	Teman
128.	Laki-laki	24	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hashtags/ Tagar di Instagram, Halaman Facebook/ Marketplace Facebook, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Keluarga
129.	Laki-laki	23	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram,	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga

					Hashtags/Tagar di Instagram		Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi		
130.	Perempuan	18	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman, Keluarga
131.	Laki-laki	19	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman
132.	Laki-laki	25	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hashtags/Tagar di Instagram, Halaman Facebook/ Marketplace Facebook, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack, Buket Uang, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga, Diri Sendiri (self-reward)
133.	Laki-laki	18	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hashtags/Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif	Wisuda	Teman, Keluarga
134.	Perempuan	24	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram,	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan	Wisuda, Ulang Tahun	Teman

					Hashtags/Tagar di Instagram	dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
135.	Laki-laki	23	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Halaman Facebook/ Marketplace Facebook, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
136.	Laki-laki	20	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
137.	Laki-laki	19	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Keluarga
138.	Laki-laki	23	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram,	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga,	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget	Wisuda	Keluarga

					Hashtags/Tagar di Instagram	Buket Snack dan Boneka	yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi		
139.	Perempuan	19	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hashtags/Tagar di Instagram, Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Snack, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Keluarga
140.	Perempuan	18	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack, Buket Uang	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
141.	Perempuan	19	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/Tagar di Instagram	Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif	Ulang Tahun	Teman
142.	Laki-laki	17	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Snack dan Boneka	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway	Ulang Tahun	Teman
143.	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Admin yang Responsif,	Wisuda, Ulang Tahun, Valentine	Teman, Keluarga, Pacar

							Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
144.	Laki-laki	32	Karyawan	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Halaman Facebook/ Marketplace Facebook, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun, Idul Fitri	Keluarga
145.	Laki-laki	19	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi	Wisuda	Teman
146.	Laki-laki	26	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga, Hot air baloon	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Ulang Tahun, Idul Fitri	Keluarga
147.	Perempuan	24	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Uang	Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Keluarga
148.	Laki-laki	33	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian	Ulang Tahun, Idul Fitri	Keluarga
149.	Perempuan	23	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka, Pocky love	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman

150.	Laki-laki	24	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hashtags/Tagar di Instagram	Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	tunangan
151.	Laki-laki	19	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/Tagar di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman
152.	Perempuan	26	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hashtags/Tagar di Instagram, Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
153.	Laki-laki	25	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman, Keluarga
154.	Perempuan	24	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/Tagar di Instagram, Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Snack, Buket Bunga, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif, Puas	Wisuda, Ulang Tahun	Teman

							terhadap Pembelian Sebelumnya		
155.	Laki-laki	24	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Keluarga
156.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun, valentine	Teman, Diri Sendiri (self-reward), pacar
157.	Laki-laki	25	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Uang	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Keluarga
158.	Laki-laki	27	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Ulang Tahun, Idul Fitri	Keluarga, keponakan
159.	Laki-laki	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda, sempro	Teman

160.	Laki-laki	19	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi	Ulang Tahun	Teman
161.	Perempuan	19	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hashtags/ Tagar di Instagram, Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Wisuda	Teman
162.	Laki-laki	26	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
163.	Perempuan	16	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
164.	Perempuan	17	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan	Ulang Tahun	Teman, Keluarga

							Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
165.	Laki-laki	25	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
166.	Perempuan	18	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hashtags/Tagar di Instagram, Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
167.	Laki-laki	17	Pelajar	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/Tagar di Instagram, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman
168.	Perempuan	20	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hashtags/Tagar di Instagram, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi, Admin	Wisuda	Teman

							yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
169.	Laki-laki	16	Pelajar	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Teman
170.	Laki-laki	16	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Bunga, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
171.	Laki-laki	18	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
172.	Laki-laki	16	Pelajar	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi, Puas	Wisuda	Teman, Keluarga

							terhadap Pembelian Sebelumnya		
173.	Perempuan	18	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman, Keluarga
174.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
175.	Laki-laki	19	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Teman, Keluarga
176.	Laki-laki	27	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Uang	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi	Ulang Tahun	Keluarga
177.	Perempuan	20	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hashtags/ Tagar di Instagram,	Buket Uang, Buket Bunga,	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain	Wisuda, Ulang Tahun	Teman

					Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
178.	Perempuan	28	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Bunga, Buket balon	Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun, Valentine	Pacar
179.	Perempuan	27	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan	Ulang Tahun, Idul Fitri	Keluarga
180.	Laki-laki	22	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi	Wisuda, Ulang Tahun	Teman
181.	Laki-laki	24	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Uang	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi	Ulang Tahun	Keluarga
182.	Laki-laki	18	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, seminar proposal	Teman
183.	Laki-laki	24	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang	Ulang Tahun, Valentine, Anniversary	Keluarga, Pacar

							Diinginkan, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi		
184.	Perempuan	26	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack, Buket Uang	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Admin yang Responsif	Ulang Tahun	Keluarga
185.	Laki-laki	20	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Bunga dan Boneka	Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
186.	Laki-laki	29	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack, Buket Uang, Buket Bunga, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Keluarga
187.	Laki-laki	17	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
188.	Laki-laki	19	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hashtags/ Tagar di Instagram, Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, pacar

189.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	TikTok	Buket Snack, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga
190.	Perempuan	17	Pelajar	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack dan Boneka	Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi	Wisuda, Sempro	Teman
191.	Laki-laki	19	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Google Maps	Buket Snack, Buket Bunga dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi	Ulang Tahun	Keluarga
192.	Perempuan	30	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun, Idul Fitri	Teman, Keluarga
193.	Laki-laki	18	Mahasiswa	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga, Buket Snack dan Boneka	Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Diri Sendiri (self- reward)
194.	Laki-laki	33	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Uang	Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun, Anniv	Keluarga, Pacar

195.	Laki-laki	32	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Uang	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun, Idul Fitri	Keluarga
196.	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Pacar
197.	Perempuan	17	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack	Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Kemudahan Bertransaksi	Ulang Tahun	Keluarga
198.	Perempuan	24	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Uang, Buket Snack dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi	Ulang Tahun	Keluarga
199.	Perempuan	33	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Ulang Tahun, Idul Fitri	Keluarga
200.	Perempuan	26	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Jenis Buket Bervariasi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Keluarga
201.	Laki-laki	29	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan	Ulang Tahun, wedding anniversary	Keluarga

202.	Laki-laki	17	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack	Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif	Wisuda, Ulang Tahun	Keluarga, Diri Sendiri (self-reward)
203.	Laki-laki	24	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway	Ulang Tahun	Keluarga
204.	Laki-laki	22	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Keluarga
205.	Laki-laki	22	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Wisuda	Teman
206.	Laki-laki	24	Karyawan	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Uang	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Adanya Promo dan Giveaway	Ulang Tahun	Keluarga
207.	Laki-laki	21	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Snack dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman, senior
208.	Perempuan	18	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Halaman Facebook/ Marketplace Facebook,	Buket Uang, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget	Ulang Tahun	Teman, pacar

					Rekomendasi Teman/Keluarga		yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya		
209.	Perempuan	29	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun, anniversary	pacar
210.	Perempuan	27	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi	Ulang Tahun	Keluarga
211.	Laki-laki	31	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Uang, Buket Snack dan Boneka	Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Ulang Tahun, Idul Fitri	Teman, Keluarga
212.	Perempuan	30	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Snack	Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif	Ulang Tahun	keponakan
213.	Laki-laki	20	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Bunga, Buket Bunga dan Boneka, dried flower	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Admin yang Responsif	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga

214.	Laki-laki	22	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
215.	Laki-laki	22	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman, kakak tingkat
216.	Laki-laki	28	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Uang, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Ulang Tahun, aniversary	Keluarga
217.	Laki-laki	20	Mahasiswa	≤ Rp. 1.000.000	Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Admin yang Responsif	Wisuda	pacar saya
218.	Perempuan	19	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram, Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Snack, Buket Snack dan Boneka	Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway	Wisuda	Keluarga
219.	Perempuan	23	Mahasiswa	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Jenis Buket Bervariasi, Kemudahan Bertransaksi, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda	Teman
220.	Laki-laki	18	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga

							Buket Menarik dan Kekinian, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif		
221.	Laki-laki	20	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Rekomendasi Teman/Keluarga	Buket Snack, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, pacar
222.	Laki-laki	25	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Admin yang Responsif, praktis	Ulang Tahun	Keluarga
223.	Perempuan	27	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Halaman Facebook/ Marketplace Facebook, Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi	Ulang Tahun	Teman, Keluarga, Diri Sendiri (self-reward)
224.	Laki-laki	19	Mahasiswa	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	valentine	pacar
225.	Laki-laki	27	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Uang	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Ulang Tahun	Keluarga

226.	Perempuan	30	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Snack, Buket Snack dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Admin yang Responsif	Ulang Tahun	Keluarga
227.	Laki-laki	26	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun, valentine, anniv	tunangan
228.	Laki-laki	29	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Uang, Buket Bunga, buket dried flower	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Teman, Keluarga
229.	Laki-laki	21	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif	Wisuda	Teman
230.	Perempuan	19	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hashtags/Tagar di Instagram	Buket Snack	Adanya Promo dan Giveaway, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Wisuda, Ulang Tahun	Teman, Keluarga, Diri Sendiri (self-reward)
231.	Laki-laki	21	Mahasiswa	Rp. 1.000.001 - Rp. 1.500.000	Hashtags/Tagar di Instagram	Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget	Wisuda, Ulang Tahun	Teman

							yang Diinginkan, Admin yang Responsif		
232.	Perempuan	17	Pelajar	≤ Rp. 1.000.000	Rekomendasi Teman/ Keluarga	Buket Snack	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Desain Buket Menarik dan Kekinian, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway	Ulang Tahun	Teman, Diri Sendiri (self- reward)
233.	Laki-laki	21	Mahasiswa	Rp. 2.000.001 - Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Bunga	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun, valday	gebetan
234.	Laki-laki	23	Mahasiswa	Rp. 1.500.001 - Rp. 2.000.000	Hashtags/ Tagar di Instagram	Buket Bunga dan Boneka, Buket Snack dan Boneka	Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway	Wisuda, seminar	Teman
235.	Perempuan	27	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Halaman Facebook/ Marketplace Facebook	Buket Snack, Buket Bunga dan Boneka	Terdapat Testimoni dari Pelanggan, Jenis Buket Bervariasi, Adanya Promo dan Giveaway	Wisuda, Ulang Tahun	Keluarga
236.	Laki-laki	27	Karyawan	> Rp. 2.500.000	Hasil Pencarian (search) di Instagram	Buket Uang, Buket Bunga	Dapat Melakukan Custom Buket sesuai Budget yang Diinginkan, Kemudahan Bertransaksi, Admin yang Responsif, Puas terhadap Pembelian Sebelumnya	Ulang Tahun	Keluarga

NO	N P L 1	NP L 2	NP K 1	NP K 2	NP C 1	NP C 2	N P H 1	N P H 2	N P H 3	E M S 1	E M S 2	E M F 1	E M F 2	E M T 1	E M T 2	E M A 1	E M A 2	E M R 1	E M R 2	K P B 1	K P P 1	K P B E 1	K P B E 2	L P T 1	L P T 2	L P R 1	L P R 2	L P B 1	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3
3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	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	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
14	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	4	4	5	5	5	3	3	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4
21	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5

22	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
27	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	2	2	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
30	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4
31	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
34	4	5	5	4	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
41	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4
44	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
45	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	2	2	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
46	5	5	4	5	4	3	3	3	2	4	2	5	5	4	4	5	1	1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3

47	5	5	4	4	5	3	3	3	2	4	5	5	5	5	4	5	2	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
48	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	3	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
49	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	
50	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	
52	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	
53	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
54	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	
55	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
58	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
59	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	4	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	
60	4	5	4	4	4	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
61	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	
62	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
64	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
65	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
66	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	3	2	2	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
67	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
69	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
71	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	

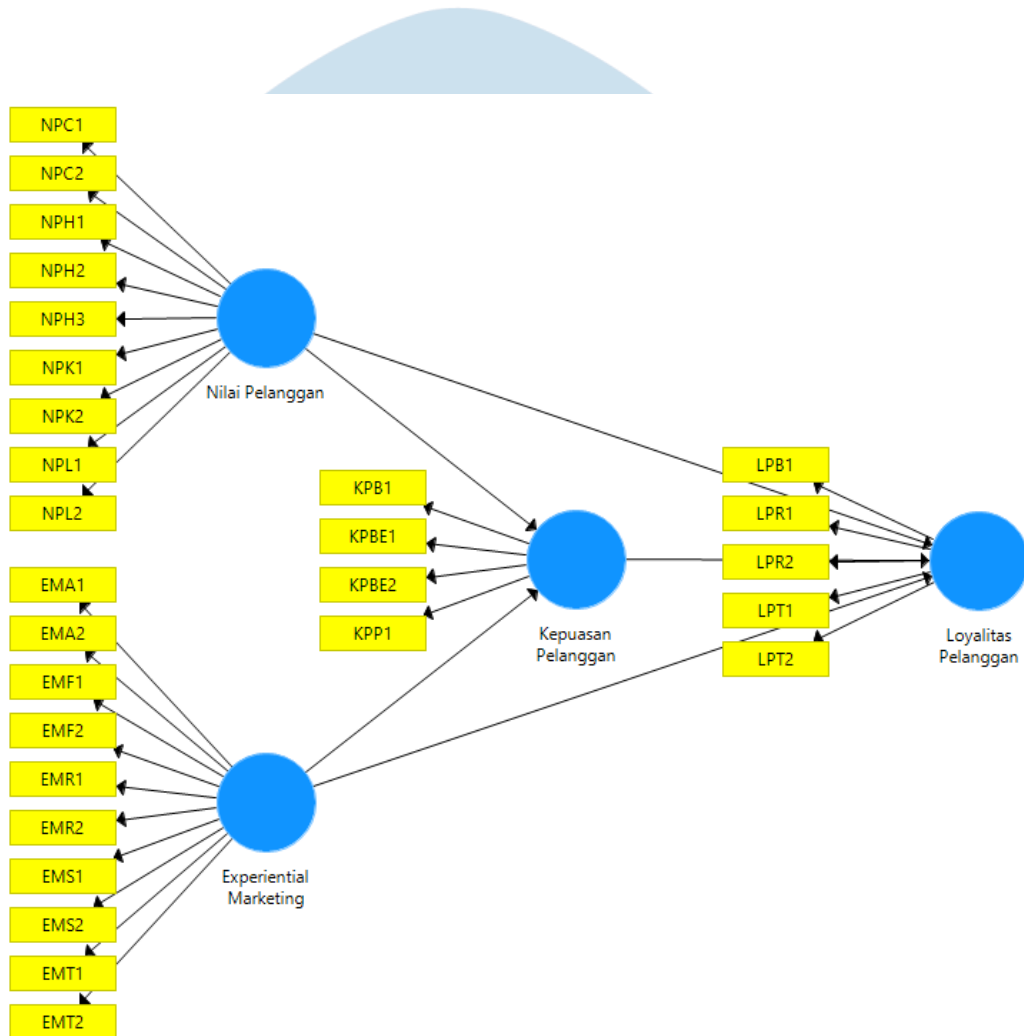
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
73	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
75	4	5	5	4	5	4	4	4	1	5	5	5	5	5	4	5	4	2	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4	4	5	5
79	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4
80	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
84	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
85	4	5	4	5	5	4	3	3	2	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	2	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
89	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4
90	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
92	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5
93	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	5	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
95	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5

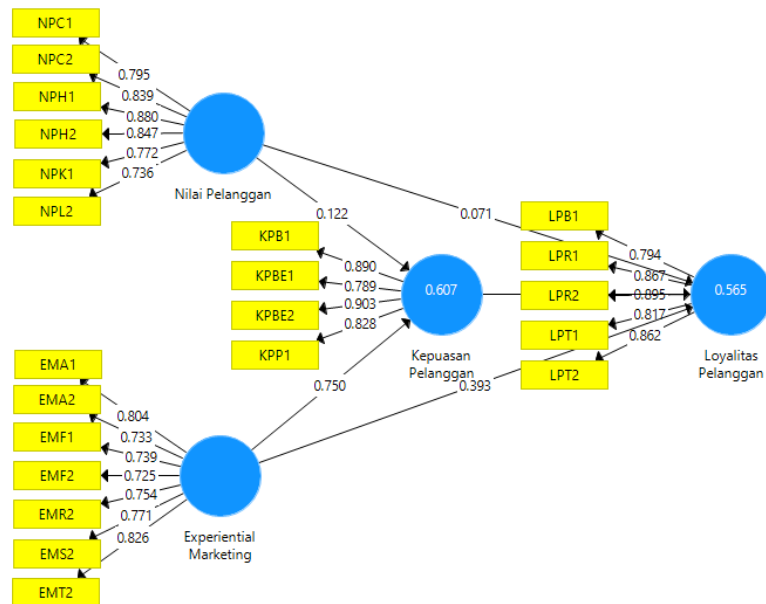
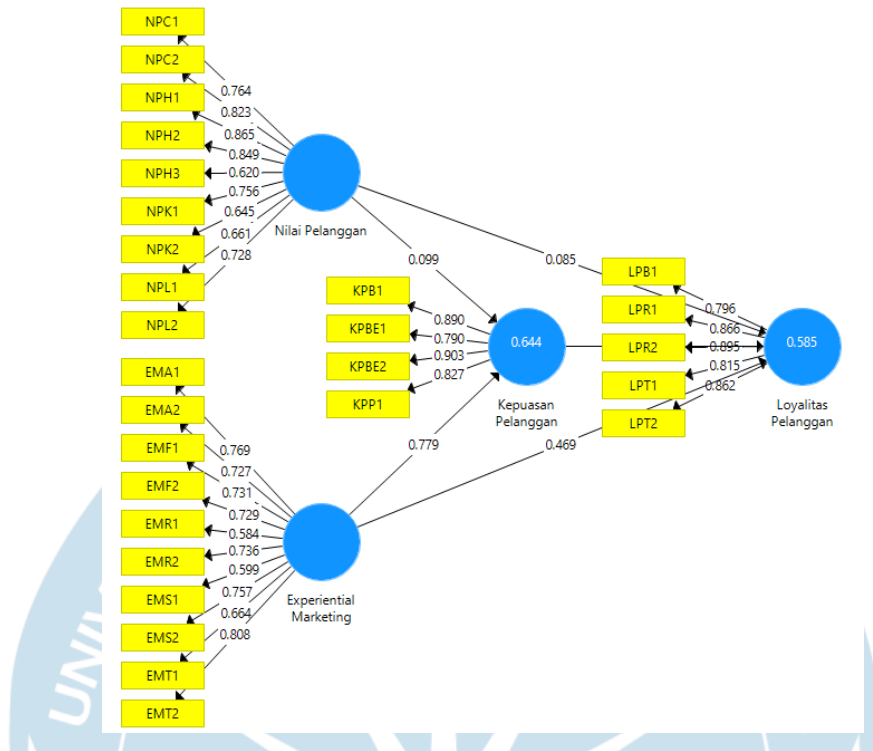
97	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
99	5	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
101	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
102	4	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	2	2	4	4	5	5	5	5	4	5	4
103	5	4	3	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4
104	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	2	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
105	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	3	1	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
106	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
107	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
108	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
109	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
111	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
112	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
113	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5
114	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4

13 2	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
13 3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13 4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
13 5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
13 6	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13 7	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	
13 8	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4
13 9	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
14 0	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	
14 1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
14 2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14 3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14 4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5
14 5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
14 6	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
14 7	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	5	4	4	5	4	5	4
14 8	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4

LAMPIRAN 4

HASIL OLAH DATA *SMART PLS*





RELIABILITAS

Cronbach's Alpha, Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)

Construct Reliability and Validity

Matrix	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance
	Cronbach's Al...	rho_A	Composite Rel...	Average Varian...
Experiential Ma...	0.882	0.884	0.908	0.585
Kepuasan Pela...	0.876	0.898	0.915	0.728
Loyalitas Pelan...	0.902	0.903	0.927	0.719
Nilai Pelanggan	0.896	0.903	0.921	0.660

VALIDITAS

Discriminant Validity

Discriminant Validity

Fornell-Larcker Criteri...	Cross Loadings	Heterotrait-Monotrait R...	Heter	
	Experiential Ma...	Kepuasan Pela...	Loyalitas Pelan...	Nilai Pelanggan
EMA1	0.804	0.537	0.448	0.104
EMA2	0.733	0.552	0.531	0.156
EMF1	0.739	0.563	0.547	0.119
EMF2	0.725	0.651	0.587	0.113
EMR2	0.754	0.541	0.442	0.004
EMS2	0.771	0.599	0.529	0.177
EMT2	0.826	0.648	0.632	0.172
KPB1	0.769	0.890	0.625	0.232
KPBE1	0.514	0.789	0.492	0.204
KPBE2	0.742	0.903	0.726	0.170
KPP1	0.552	0.828	0.529	0.236

Discriminant Validity

	Experiential Ma...	Kepuasan Pela...	Loyalitas Pelan...	Nilai Pelanggan
LPB1	0.574	0.586	0.794	0.187
LPR1	0.606	0.685	0.867	0.193
LPR2	0.611	0.546	0.895	0.136
LPT1	0.644	0.586	0.817	0.228
LPT2	0.529	0.575	0.862	0.223
NPC1	0.121	0.206	0.182	0.795
NPC2	0.108	0.147	0.198	0.839
NPH1	0.139	0.234	0.199	0.880
NPH2	0.139	0.204	0.191	0.847
NPK1	0.155	0.219	0.188	0.772
NPL2	0.122	0.158	0.154	0.736

The Fornell-Larcker

Discriminant Validity

	Experiential Ma...	Kepuasan Pela...	Loyalitas Pelan...	Nilai Pelanggan
Experiential Ma...	0.765			
Kepuasan Pela...	0.770	0.853		
Loyalitas Pelan...	0.702	0.706	0.848	
Nilai Pelanggan	0.162	0.243	0.229	0.813

R^2

R Square

Matrix	R Square	R Square Adjusted
	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Pela...	0.607	0.603
Loyalitas Pelan...	0.565	0.559

f^2

f Square

Matrix	f Square				
		Experiential Ma...	Kepuasan Pela...	Loyalitas Pelan...	Nilai Pelanggan
Experiential Ma...			1.392	0.144	
Kepuasan Pela...				0.135	
Loyalitas Pelan...					
Nilai Pelanggan			0.037	0.011	

Q^2

Construct Crossvalidated Redundancy

Total	Case1	Case2	Case3	>>4	Copy to
		SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$	
Experiential Ma...		1652.000	1652.000		
Kepuasan Pela...		944.000	541.922	0.426	
Loyalitas Pelan...		1180.000	711.103	0.397	
Nilai Pelanggan		1416.000	1416.000		

UJI HIPOTESIS

Path Coefficients

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
Experiental Marketing -> Kepuasan Pelanggan	0.750	0.750	0.034	21.957	0.000
Experiental Marketing -> Loyalitas Pelanggan	0.393	0.404	0.098	4.011	0.000
Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.386	0.373	0.092	4.178	0.000
Nilai Pelanggan -> Kepuasan Pelanggan	0.122	0.124	0.047	2.566	0.011
Nilai Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.071	0.076	0.051	1.391	0.165

UJI MEDIASI

Specific Indirect Effects

	Original Sampl...	Sample Mean (...)	Standard Devia...	T Statistics (O/...	P Values
Experiental Ma...	0.290	0.279	0.068	4.247	0.000
Nilai Pelangga...	0.047	0.047	0.023	2.043	0.042



Effect of Customer Value and Experiential Marketing to Customer Loyalty with Customer Satisfaction as Intervening Variable (Case Study on Gojek Makassar Consumers)

Rahmat Riwayat Abadi*, Idayanti Nursyamsi, and Andi Reni Syamsuddin
Faculty of Economic and Business, Hasanuddin University, Indonesia

Abstract. *The rapid growth in computer, technology, telecommunications, information and transportation has a big impact on companies to deliver a value and experience for customers. Companies are competing to offer excellent service for consumers, because consumers will satisfaction and encourage customers to be loyal. However, in reality there are deficiencies arising from online-based transportation systems. Complaints also varied, ranging from the application system or the driver. The research aimed at examining and analyzing the effect of customer value and experiential marketing on consumer's loyalty with consumer's satisfaction as intervening variable. The analysis units were the users of Gojek transportation service in Makassar city. Sampling in this study uses a purposive sampling method to get samples that fulfill the research criteria. The data were obtained using questionnaires. They were analyzed using Partial Least Square (PLS) processed with Smart PLS 3.0 program. The results of the research indicate that customer value positive and significantly affects costumer's satisfaction and loyalty. Experiential marketing positive and significantly affects costumer's satisfaction and loyalty. Costumer's satisfaction positive and significantly affects costumer's loyalty. Customer value and experiential marketing positive and significantly affects costumer's loyalty through costumer's satisfaction.*

Keywords: *Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Customer Value, Experiential Marketing, and Transportation*

1. Introduction

Indonesia is a country with the biggest populated and is accompanied by increasingly high and dynamic mobility due to the increasingly complex needs and various human activities in carrying out its work. Friedman (2007) argues that the world today is a space without limits. The flow of goods

cheap transportation and information technology.

Attend of online-based application technology on smartphones has brought significant changes in lives. The conveniences offered by online-based applications increasingly exist and groove on public in big

cities. This can be seen from consumers who download application for online transportation. The reason for the soaring use of online transportation because of the price and convenience. Based on survey results from Crossmedia Link research, around 61% respondents stated that the services provided compared to the incurred costs and efficiency was the most important factors in using online transportation for reasons of ease and comfort when ordering directly from their smartphone (Ramadoni, 2017, September 4).

Gojek currently has around 20 services which can be solutions to daily challenges. Because of this, Gojek has become one of the biggest

*Corresponding author. Email: rahmatriwayat@gmail.com
Received: March 31st, 2020; Revised: April 27th, 2020; Accepted: April 29th, 2020
Doi: <http://dx.doi.org/10.12695/ajtm.2020.13.1.6>
Print ISSN: 1978-6956; Online ISSN: 2089-791X.
Copyright©2020. Published by Unit Research and Knowledge
School of Business and Management-Institut Teknologi Bandung

technology platforms which serves millions users even in Southeast Asia. Gojek began its journey in 2010 with its first service, namely motorcycle ride-hailing through the call-center. In 2015, Gojek developed rapidly after launching an application with three services, namely: GoRide, GoSend, and GoMart. Since then, it accelerated and continues to move in becoming top technology apps serving millions of users in Southeast Asia (Gojek, n.d.).

The progress of online transportation especially Gojek does not go alone, now there are competitors who try to offer services using different marketing techniques to reach the hearts of consumers, now present in Makassar, namely GRAB. Companies are competing to offer excellent service for consumers, because that way consumers will feel satisfaction and can encourage these customers to be loyal. However, in reality there are only deficiencies that arise on the online-based transportation system. Complaints also vary, starting from the application system itself, as well as from partners (drivers).

Of the two types of complaint, the shape is very diverse. Various complaints experienced by consumers, including; the driver asks for the customer's order to canceled, it is difficult to get the driver, the driver cancels the order, the map application error, the driver does not come, the vehicle condition is not good, the vehicle plate does not match the application, the driver is reckless, and so on. This will certainly have a negative impact, both on consumers and companies.

In the transportation industry that relies on services such as Gojek, it is very likely that consumers will move to other service providers for certain reasons. This reason needs to be anticipated by the company to decide the right strategy, because the key to the company to continue to exist in the midst of this very competitive competition is to keep customers. Therefore, companies need to create value and experience when customers use these products and services.

In business, loving customers means gaining their loyalty by giving high value and touching their feelings and souls. Consumers decision to buy or become loyal customers to a brand is strongly influenced by feelings (Kotler, Kertajaya, & Setiawan, 2010). The customer is the party who maximizes value, they form expectations of value and act on it. Buyers will buy from companies that offer the highest value, which is defining as the discrepancy between sum of customer value and customer costs (Hurriyati, 2005).

In addition, consumers want products that can truly make them happy and fulfilling or by their lifestyle, and give valuable experience. In situated increasingly fierce competition, the service business must begin to look at the application of experiential marketing, which provides a unique, positive and memorable emotional experience to customers (Alma, 2007).

Various studies show that consumers tend to quiet when satisfied, but if they are not satisfied, they will make a "scene". Customers who are unsatisfying will tell their bad experiences to 8-10 other people (Tjiptono, 2008). In the end, consumers who feel satisfied with their needs and desires will follow-up with a repeat purchase of the same brand. While consumers who experience dissatisfaction tend to change their buying behavior by moving to another brand (Sudaryono, 2016).

However, customers are not only loyal to a company. It is necessary to create value for customer to be loyal. Previous study has shown that factors such as providing greater trust, offering social benefits, and providing special treatment can increase customer loyalty (Lovelock, Wirtz, & Mussry, 2010).

The purpose of this study is to get a better understanding of customer value and experiential marketing, then analyze the impact on customer satisfaction and customer loyalty. With understanding various forms of complaints or disappointments experienced by consumers, it expected to used as a

reference for online-based transportation companies to manage customer value and experience to improve Gojek user satisfaction.

2. Literature study / Hypotheses Development

2.1. Customer Value

Satisfying needs and desires of consumers is essence of marketing. The goal of every business is to deliver customer value to generate profits. In a highly competitive economy, with an increasing number of rational buyers faced with a myriad of choices, companies can only win by carrying out such a process of delivering value and choosing, providing, and communicating superior value (Kotler & Keller, 2009).

Zeithaml (1988) stated that customer value can be understood as evaluation of the benefits from the product or service felt by the customer compared to what has incurred by the customer to obtain the product or service. This means that the value perceived by the customer is based on perceptions about what the customer receives from a product and what the product gives.

The customer estimates which bids will deliver the highest value and act on these estimates. Whether or not an offer expected will affect customer satisfaction and the size of the chance that the customer will use or buy again the product or service (Kotler & Keller, 2009). Customer value is the company's ability in creating and adding value to goods and services, particularly for the services that the company offer to customers or an aspects of the company business services (Johnson & Weinstein, 2004 in McFarlane, 2013). Basically, customer value consists of 4 parts, namely: 1) service, 2) quality, 3) image, and 4) price.

Several studies have been conducted and found that there is a positive significant effect of customer value towards customer satisfaction (Lam, Shankar, Erramilli, &

Murthy, 2004; Sugiati, Thoyib, Hadiwidjono, & Setiawan, 2013; Vedadi, Kolobandi, & Khazaei, 2013). In addition, customer value is an essential aspect of marketing in shaping customer loyalty. Based on earlier research, it was discovered that customer value has a positive and significant influence on consumer loyalty (Lai, Griffin, & Babin, 2009; Tu & Chih, 2013; Vedadi et al., 2013).

2.2. Experiential Marketing

Experience of consumers in consuming goods and services is closely related to the concept of experiential marketing. Experiential marketing is very useful for a company if it wants to enhance its brand, especially on a stage of decline. It is also useful to differentiate their products from competing products, also creating an image and identity for a company. Experiential marketing is also useful to increase innovation and persuade customers try to buy a product (Maghnati, Ling, & Nasermoadei, 2012).

According to his views on experiential marketing, Schmitt & Rogers (2008) in Zena and Hadisumarto (2012), said: to figure marketing goals in terms of satisfaction needs, delivery of solutions, problems, or benefits are still too narrow. The main objective of marketing is to give valuable experience for customers. After utilizing a product or service, the customer will feel the satisfaction or dissatisfaction in accompanying with expectations before using. The higher experiential marketing is felt, the higher customer satisfaction is felt (Lee, Hsiao, & Yang, 2011).

According to Schmitt (1999) in Alkilani, Ling, & Abzakh (2013), Experiential Modules (SEMs) describe five types of customer experience that are the basis of experiential marketing, the five types are: 1) Sense, 2) Feel, 3) Think, 4) Act, and 5) Relate.

Several studies have also found positive effect of experiential marketing on customer satisfaction (Alkilani et al., 2013; Ekoputra, Hartoyo, Nurrochmat, 2017; Kusumawati, 2011; Pham & Huang, 2015). In addition,

experiential marketing can encourage customer loyalty (Indrawati & Fatharani, 2016; Wahyuningtyas, Achmad, & Zainul, 2017; Wu & Tseng, 2015).

2.3. Customer Satisfaction

Customer satisfaction depends on performance on the product on customer perception and expectations. If the performance does not meet expectations, the customer disappointed, otherwise the customer satisfied. Moreover, if its performance exceeds expectations, the customer can be very satisfied (Kotler & Armstrong, 2008).

High satisfaction is an insurance policy for something that is wrong, which will not avoid because of the diversity associated with production of services. Long-term customers in situations like this will be more forgiving because bad experiences that sometimes occur will be offset by previous positive experiences, and satisfied customers will be less interested in competitors' offers. It is obvious that a company obsessed with customer satisfaction, given its direct connection with customer loyalty, market share, and profits (Lovelock & Wright, 2007).

There are many benefits for companies from high levels of customer satisfaction. This can increase customer loyalty and prevent customer churns, reduce customer price sensitivity, reduce failed marketing costs and create new customers, reduce operating costs due to increased customer numbers, increase advertising effectiveness, and improve business reputation (Kim, Park, & Jeong, 2004).

Indicators of customer satisfaction indicators in this study were measured using indicators by Azizah (2012) adjusted to the object of research, namely: 1) feeling happy, showing the extent to which customers feel happy with experience of using services, 2) the right choice, measured from feelings that arise from choosing the company as a partner, whether it is proper or not, and 3) conformity of expectations, as measured by feelings of

customer satisfaction arising from the company's ability to meet all expectations.

Researchers have before conducted studies and found that there is a positive effect between consumer satisfaction on consumer loyalty (Munizu & Hamid, 2015; Tu & Chih, 2013; Wu & Tseng, 2015). The more satisfied the customer is, the more likely the customer is to loyal too.

2.4. Customer Loyalty

All marketers dreams is to create a strong and close bond with their customers and quite often it is the key to a long-term marketing success (Kotler & Keller, 2009). Once we get to know customers, we must keep up a good relationship with them. We must know customers personally, one by one, so that we can have a complete picture of their needs, desires, preferences, and behavior (Kotler et al., 2010).

The rewards of loyalties are long-term and cumulative. The longer the loyalty of a customer, the greater the profit earned by the company from customer. Research conducted by Rauyrueen and Miller (2007) states that loyalty can maintained by companies to increase customer satisfaction and design a good service system. A loyal attitude can create and maintainance by focusing on building relationships and creating customer trust, commitment, and a good service system.

The variable customer loyalty in this study was measuring by three indicators, (Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1996), namely; 1) Telling positive things about products, 2) Recommending someone to have consumed products to a friend (recommending products to others), and 3) Repurchase intention to products that have been consumed (repurchase).

Researchers have before conducted studies and found that there are positive and significant effects of customer value on customer loyalty through customer satisfaction (Tu & Chih, 2013; Vedadi et al.,

2013). In addition, research on experiential marketing on consumer loyalty through customer satisfaction results in a positive and significant effect (Kusumawati, 2011; Wahyuningtyas et al, 2017; Wu & Tseng, 2015).

The statement above supports the customer value and experiential marketing variables used in this study, as well as their effects on customer satisfaction and customer loyalty. Therefore, seven hypotheses, as can be seen in Figure 1, were developed:

H1: Customer value has a positive and significant effect on customer satisfaction.

H2: Experiential has a positive and significant effect on customer satisfaction.

H3: Customer value has a positive and significant effect on customer loyalty.

H4: Experiential marketing has a positive and significant effect on customer loyalty.

H5: Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.

H6: Customer value has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction.

H7: Experiential marketing has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction.

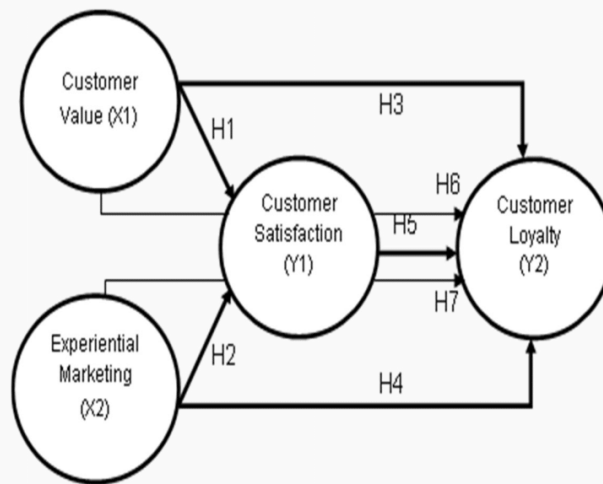


Figure 1. Conceptual Framework

3. Methodology

This research was conducted on consumers using a questionnaire to application users who have used Gojek online transportation in Makassar city. Primary data collection done directly in field by conducting interviews and distributing questionnaires to informants about the online transportation application Gojek in Makassar city.

The questionnaire consists of four segments, namely customer value, experiential

marketing, customer satisfaction, and customer loyalty. Variables in the questionnaire were designed based on previous studies and preliminary research through interviews. The questionnaire measured using a 5 scale Likert (1 = strongly disagree to 5 = strongly agree).

Sampling in this study used a purposive sampling technique or method. The reason for sampling is the purposive sampling method because it will choose samples that meet the research criteria so that they can give answers that can support the course of this research. Sample research criteria

are Gojek application users in the Makassar city. Sample size as in other statistical methods produces a basis for estimating sampling errors. To test all hypotheses in this study using the Partial Least Square (PLS) method, the recommended minimum sample size ranges from 30 to 100 or > 200 sample sizes (Ghozali, 2006). Thus, researchers set the sample in this study is 100 respondents. Therefore, to test the hypothesis, this study uses Structural Equation Modeling (SEM) with a variant based called Partial Least Square (PLS) and SmartPLS version 3.0 as an analysis tool. Result of using PLS-SEM is that testing carried out without a strong theoretical

basis, ignoring some assumptions (non-parametric) and the accuracy parameters of the predicted models of coefficient determination (Ghozali & Latan, 2015). There, the use of Partial Least Square in this study is to predict the relationship between customer value and experiential marketing on customer satisfaction and customer loyalty. Based on Table 1, majority of respondents were female (57%), aged 21-30 years (55%), senior high school (58%), with job titled as a student (75%). Most of the respondents obtained sources of information from related subjects from social media (78%).

Table 1.
Responden's Profile (N=100)

Variables	Frequency	Percent
Gender		
Male	43	43%
Female	57	57%
Age (years)		
< 20	54	54%
21-30	41	41%
31-40	2	2%
41-50	2	2%
> 50	1	1%
Education		
Elementary School	0	0%
Junior High School	17	17%
Senior High School	58	58%
Graduated	21	21%
Magister	4	4%
Other	0	0%
Job Titled		
Student	75	75%
Government Employees	9	9%
Employees of State-Owned Enterprises	3	3%
General Employees	6	6%
Entrepreneur	5	5%
Other	2	2%
Source Information		
Media	13	13%
Social Media	78	78%
Friends	9	9%
Other	0	0%

The variable measurement instrument consists of four construct of laten variables which operationalized into several question items. To measure each construct in this research, model a measuring instrument was developed, which referred to each indicator in each existing construct. The complete of the variables and indicators can be seen in Appendix 1.

4. Finding and Discussion

4.1 Instrumen Validity and Reliability Results

This research instrument was derived from earlier research (Alkilani et al., 2013; Ekoputra et al., 2017; Indrawati & Fatharani, 2016; Lai et al., 2009; Pham & Huang, 2015; Sugiati et al., 2013; Tu & Chih., 2013; Wu & Tseng, 2015; Zeithaml et al., 1996). The customer value variable is derived from several studies (Indrawati & Fatharani, 2016; Lai et al., 2009; Lam et al., 2004; Sugiati et al., 2013). Meanwhile, experiential marketing variables are derived from several studies of service marketing (Alkilani et al., 2013; Ekoputra et al., 2017; Indrawati & Fatharani, 2016; Kusumawati, 2011; Pham & Huang, 2015). Then, customer loyalty comes from customer satisfaction in research (Azizah., 2012; Munizu and Hamid, 2015; Wu and Tseng, 2015). Before testing hypotheses (inner model), SmartPLS requires tests of validity and reliability (outer models) for instruments such as convergent validity and discriminant validity (Ghozali & Latan, 2015).

The first step in this analysis is to assessing convergent validity, composite reliability,

and discriminant validity (Ghozali & Latan, 2015). Convergent validity test can be seen from the loading factor which must be > 0.7 (Ghozali & Latan, 2015). Then, Ghozali and Latan (2015) argues that convergent validity and reliability is assessed through Internal Composite Reliability (ICR) which must be greater than 0.7; and Average Variance Extracted (AVE > 0.5). The complete of the Convergent Validity and Reliability Test can be seen in Appendix 2.

This study presents good results from AVE ranging from 0.569 to 0.736. However, there is a loading factor below 0.7 for the experiential marketing variable on EMF2 and EMA2 indicators. For this reason, if there is a loading factor < 0.7 , it must be removed (dropped) from the model. Thus, the loading factor after the modified model has gained a high value, this means that all instruments have represented variables in this study (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010). The study also concluded that all Composite Reliability (CR) exceeds 0.7, this means that the indicator can be used for further analysis. Furthermore, discriminant validity related to the principle that different construct manifest shouldn't highly correlated. How to test discriminant validity looking at the value of cross loading for each variable have > 0.70 (Ghozali & Latan, 2015).

The results of the discriminant validity (Table 2) conclude there are no multicollinearity indicators of other variables. Thus, this study has adequate validity and reliability results and used for inner model analysis or structural models or further testing hypotheses (Chin, 2010).

Table 2.
Discriminant Validity

Indicator	Customer Value	Experiential Marketing	Customer Satisfaction	Customer Loyalty
CVS1	0.741	0.613	0.597	0.599
CVS2	0.794	0.688	0.620	0.657
CVQ1	0.748	0.740	0.561	0.677
CVQ2	0.817	0.733	0.663	0.747
CVI1	0.770	0.607	0.517	0.630
CVI2	0.770	0.665	0.555	0.612

CVP1	0.821	0.711	0.605	0.653
CVP2	0.742	0.521	0.559	0.576
CVP3	0.747	0.595	0.651	0.676
EMS1	0.624	0.824	0.623	0.695
EMS2	0.782	0.803	0.622	0.762
EMF1	0.739	0.744	0.617	0.634
EMT1	0.735	0.861	0.656	0.722
EMT2	0.762	0.870	0.647	0.735
EMA1	0.739	0.817	0.702	0.716
EMR1	0.572	0.817	0.613	0.595
EMR2	0.602	0.826	0.644	0.605
CSH1	0.755	0.772	0.880	0.757
CSR1	0.577	0.573	0.823	0.604
CSC1	0.685	0.663	0.881	0.725
CSC2	0.606	0.653	0.847	0.666
CLT1	0.791	0.798	0.737	0.839
CLT2	0.731	0.783	0.761	0.886
CLF1	0.695	0.627	0.601	0.853
CLF2	0.593	0.549	0.624	0.782
CLR1	0.736	0.741	0.674	0.872

Source: Processing data with Smart PLS 3.0, 2020

4.2 Model Feasibility Test Results (Inner Model)

In assessing structural models with PLS, we begin by looking at R-Squares for each endogenous latent variable as the predictive power of the structural model. Changes in the value of R-Squares can be used to explain the effect of certain exogenous latent variables on whether endogenous latent variables have substantive effects. R-Squares value of 0.75, 0.50, and 0.25 can be concluded that the model is strong, moderate, and weak. The results of PLS R-Squares present the amount of variance from the construct described by the model (Ghozali & Latan, 2015).

This study presents R-Squares such as 65.1% for customer satisfaction and 79.2% for customer loyalty. This means, the customer value and experiential marketing variables affect the customer satisfaction variable which has an R² of 0.651 or 65.1% and the remaining 34.9% is influenced by other variables not included in this model. As for the customer value and experiential marketing variables affecting the customer loyalty variable has an R² of 0.792 or 79.2% and the remaining 21.8% is influenced by other variables not included in this model. Moreover, customer loyalty explained 67.7% by customer satisfaction. Furthermore, the model evaluation is fixed looking at the significance value to find the effect between variables

through the bootstrapping procedure (Ghozali & Latan, 2015).

Figure 2 and Appendix 3 present the Path Coefficient, T-statistics and P-values in terms of structural model results in this study. There are seven hypotheses supported in this study. According to Hair et al. (2010), when the T-statistic is greater than 1.96, it means it reaches significance of 5% of the P-value. Because the results by SmartPls Ver. 3.0, the researcher concludes hypothesis testing. Among the factors of customer value, such as fast access, comfortable and good vehicles, favorite choices, more affordable prices, getting attractive promos are factors that believe to affect customer satisfaction and customer loyalty. Meanwhile, experiential marketing factors, such as attractive application design, application running well, polite drivers, good driving, diverse menus, ease of transactions, attractive rewards are factors that believe to affect customer satisfaction and customer loyalty. This means, the Path Coefficient results from customer value and experiential marketing variables as well as their effect on customer satisfaction and customer loyalty where the resulting T-statistics values > 1.96, (H1 = 3,063; H2 = 3,620; H3 = 2,821; H4 = 2,594; H5 = 2,594; H5 = 3,320; H6 = 2,086; and H7 = 2,536), supported.

Thus, this study presents customer value and experiential marketing as the main predictors of positive and significant influence on customer satisfaction and customer loyalty in

Gojek online transportation provider companies. The complete of the Results of Structural Model can be seen in Appendix 3.

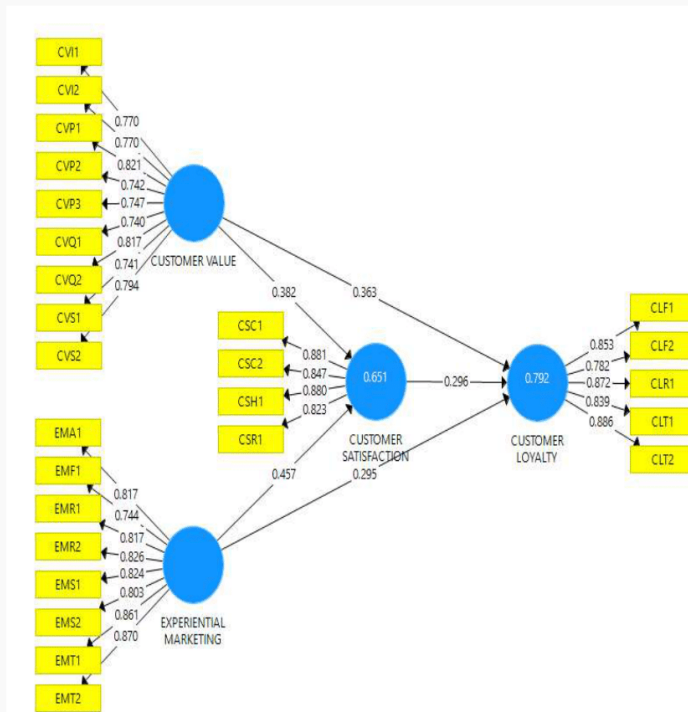


Figure 2. Path Coefficient and Loading Factors

4.3 Discussions

This studies to analyze the effect of customer value and experiential marketing on Gojek online transportation towards customer satisfaction and customer loyalty. In addition, two-way approaches such as evaluation of measurement models or outer models, then evaluation of structural models or inner models are supporting by Partial Least Square. Through PLS, customer value and experiential marketing have proven to have a positive and significant effect on customer satisfaction on Gojek online transportation in Makassar (supporting H1 and H3).

This positive relationship based on earlier studies of customer value and experiential marketing on customer satisfaction (Alkilani

et al., 2013; Ekoputra et al., 2017; Indrawati & fatharani, 2016; Lai et al., 2009; Pham & Huang, 2015; Sugiaty et al., 2013; Tu & Chih, 2013; Wu & Tseng, 2015). In other words, fast access, comfortable and good vehicles, favorite choices, more affordable prices, attractive promos, will be considering by consumers before using Gojek online transportation service. Passengers tend to feel satisfied and satisfied during or after the trip because the application design is attractive, the application is running well, polite drivers, driving drivers well, diverse menus, ease of transactions, attractive rewards.

This study also proves that customer value and experiential marketing have a positive and significant effect on consumer loyalty

in Gojek online transportation providers in Makassar (supporting H2 and H4). These results show about 70% customer value and experiential marketing explain the variable customer loyalty. This supports the results of earlier studies of customer value and experiential marketing on consumer loyalty (Kusumawati, 2011; Lai et al., 2009; Vedadi et al., 2013; Wahyuningtyas et al., 2017; Wu & Tseng, 2015). So, when the customer value (fast access, comfortable and good vehicles, favorite choices, more affordable prices, get attractive promos) and experiential marketing (attractive application design, good application, polite drivers, good driving drivers, menus variety, ease of transactions, attractive rewards) are conducive, than customers will be satisfying and tend to loyal to Gojek online transportation in Makassar.

In addition, this study also concluded that customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. Other findings in this study also concluded that the results of customer value path analysis have a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction and the results of experiential marketing path analysis have a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction (supporting H5, H6, and H7). In this perspective, factors or indicators of customer value and experiential marketing are antecedents of customer satisfaction in shaping customer loyalty in the transportation company Gojek. This means consumers are satisfying because they get fast access, comfortable and good vehicles, favorite choices, more affordable prices, and attractive promos.

In addition, consumers also get attractive application designs, applications run well, polite drivers, good driving drivers, diverse menus, ease of transactions, attractive rewards. This finding is closely related to earlier studies (Kusumawati, 2011; Tu & Chih., 2013; Vedadi, et al., 2013; Wahyuningtyas, et al., 2017; Wu and Tseng, 2015) about high customer satisfaction to build long-term relationships and mutual

benefit with consumers and create loyalty as a competitive advantage in the market.

5. Conclusion & Recommendations

5.1 Theoretical Implication

In theory, this research expected to strengthen the theory and research results that are relevant to the results of this study, which found that customer value and experiential marketing significantly affect consumer satisfaction and customer loyalty using Gojek transportation service.

An important and interesting finding from this research is empirical evidence that shows that customer value influences customer satisfaction which in turn creates customer loyalty. In addition, customer value affects customer loyalty which mediated by customer satisfaction. It was concluded that customer value makes an important contribution to increasing customer loyalty. This implies that customer value is important to consider to deliver high value for a thorough evaluation by consumers of uses based on perceptions about whats received and what is given to create and keep up customer loyalty.

This research confirms customer value refers to ability of companies to create and add value to goods and services, especially for the services they offer to customers or aspects of their business services (Johnson & Weinstein, 2004 in McFarlane, 2013). Based on this, it concluded that customer value has an important role in creating customer loyalty. Therefore, in business competition, the customer value offered needs to implemented as an effort to keep up by creating customer satisfaction and customer loyalty.

In addition, this study also found that experiential marketing influences customer satisfaction and customer loyalty. This study helps Gojek to gain further understanding of the effects of experiential marketing (sense, feel, think, act, and relate) on customer satisfaction and customer loyalty. Experiential marketing also influences customer loyalty,

through customer satisfaction. Increased experiential marketing related to customer satisfaction so that if there is an increase in experience received by consumers, it will have an impact on customer loyalty. By understanding the antecedents of customer satisfaction and customer loyalty, this research allows companies to use experiential marketing effectively in dealing with complaints or disappointments experienced by consumers so that it will have an impact on low churn (customer movement) to other brands or competitors.

5.2 Practical Implication

Gojek transportation service providers in Makassar city should keep up the existing customer value and experiential marketing and need to improve the latest features of the application, make innovations, offer more attractive promotion to customers, and improve service systems so that customers are more satisfied and not moved to a competing brand. Gojek transportation service providers in Makassar city should give special awards to customers who have used transportation facilities for a long time so that they become more loyal and recommend to people around them to become customers at these transportation providers.

5.3 Limitations and Further Research

During the process, this research still has several limitations. First, in the sample, respondents taken are consumers who only use the GoRide and Gocar applications, while in the Gojek application there are various menus such as, GoFood, GoShop, and GoSend, etc. For that matter, the results must further analyze to investigate user of GoFood, GoShop, and GoSend, etc to get conclusions from these findings. Secondly, this study has a time limit that directs researchers to focus only on reaching respondents in Makassar city, so that it is not representative and has not been able to generalize research based on existing phenomena.

However, with the limitations of research, there are some suggestions for future research, such as collecting larger samples that

results generalized. Then, for future research, samples should be taken using GoFood, GoShop, and GoSend menus to get representative results in their findings. In addition, indicators of customer value and experiential marketing, which have not been explored and not included in this study, also many other factors that can affect customer satisfaction, provides space for future research to explore and develop more indicators to better explain customer loyalty variable itself.

Acknowledgement

I would like to thank reviewers for their useful criticism and suggestions. Funding for this project comes from Master's Thesis Research by the Ministry of Research and Technology, Indonesia.

References

- Alkilani, K., Ling, K. C., & Abzakh, A. A. (2013). The impact of experiential marketing and customer satisfaction on customer commitment in the world of social networks. *Asian Social Science*, 9(1), 262-270.
- Alma, B. (2007). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa* [Marketing management and marketing services]. Bandung: Alfabeta.
- Azizah, H. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Management Analysis Journal*, 1(2).
- Chin, W. W. (2010). How to write up and report PLS analyses. In *Handbook of partial least squares* (pp. 655-690). Springer, Berlin, Heidelberg.
- Ekoputra, A., Hartoyo, Nurrochmat, D. (2017) The Effect of Experiential Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty Restaurant 150 Eatery in Bogor. *International Journal of Science and Research*, 6(9), 267-271.
- Friedman, T. L. (2007). *The world is flat "A brief history of the twenty-first century*. New York: Picador/Farrar.
- Ghozali, I. (2006). *Structural equation modeling, metode alternatif dengan partial least square*,

- Edisi 2 [Structural equation modeling, metode alternatif dengan partial least square]. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I & Latan, H. (2015). *Partial least square: konsep, teknik, dan aplikasi menggunakan program smartPLS 3.0*, Edisi 2 [Partial least square: concepts, techniques, and applications using the smartPLS 3.0 program]. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gojek (n.d.) Retrieved from <https://www.gojek.com/about/>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed.). Upper Saddle River: Pearson Education.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen* [Marketing mix and consumer loyalty]. Cetakan Ketiga. Bandung: Alfabeta.
- Indrawati & Fatharani, U. S. (2016). The effect of experiential marketing towards customer satisfaction on online fashion store in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Advanced Business and Social Studies*, 2(2), 232-241.
- Johnson, W. C., & Weinstein, A. (2004). *Delivering superior customer value in the new economy: Concepts and cases* (2nd ed.). Boca Raton, Florida: CRC Press.
- Kim, M. K., Park, M. C., & Jeong, D. H. (2004). The effects of customer satisfaction and switching barrier on customer loyalty in Korean mobile telecommunication services. *Telecommunications policy*, 28(2), 145-159.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1 [Marketing principles]. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 [Marketing management]. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I. (2010). *Marketing 3.0*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumawati, A. (2011). Analisis pengaruh experiential marketing terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan: Kasus Hypermart Malang Town Square (Matos) [Analysing the influence of experiential marketing on customer satisfaction and loyalty: Case study of Hypermart Malang Town Square]. *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, 3, 75-81.
- Lai, F., Griffin, M., & Babin, B. J. (2009). How quality, value, image, and satisfaction create loyalty at a Chinese telecom. *Journal of business research*, 62(10), 980-986.
- Lam, S. Y., Shankar, V., Erramilli, M. K., & Murthy, B. (2004). Customer value, satisfaction, loyalty, and switching costs: an illustration from a business-to-business service context. *Journal of the academy of marketing science*, 32(3), 293-311.
- Lee, M.-S., Hsiao, H.-D., & Yang, M.-F. (2011). The Study of the Relationships Among Experiential Marketing Service Quality. *The International Journal of Organizational Innovation*, 3(2), 352-378.
- Lovelock, C. H., Wirtz, J., & Mussry, J. (2010). *Manajemen pemasaran jasa manusia, teknologi, strategi* [Marketing Management in Human Services, Technology, Strategy]. Jakarta: Erlangga.
- Lovelock, C. H. & Wright, L. K. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa* [Marketing Management Services]. Jakarta: Indeks.
- Maghnati, F., Ling, K. C., & Nasermodeli, A. (2012). Exploring the relationship between experiential marketing and experiential value in the smartphone industry. *International Business Research*, 5(11), 169-177.
- McFarlane, D. A. (2013). The strategic importance of customer value. *Atlantic Marketing Journal*, 2(1), 62-75.
- Munizu, M., & Hamid, N. (2015). Satisfaction and loyalty improvement model on the quality of higher education services. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 6(1), 13-24.
- Pham, T. H., & Huang, Y. Y. (2015). The impact of experiential marketing on customer's experiential value and

- satisfaction: An empirical study in vietnam hotel sector. *Journal of Business Management & Social Sciences Research (JBM&SSR)*, 4(1), 1-19.
- Ramadoni, F. (2017, September 4) Jumlah pengguna transportasi online hampir mencapai 50% dari total pengguna internet. Retrieved from <https://teknojurnal.com/jumlah-pengguna-transportasi-online-hampir-mencapai-50-dari-total-pengguna-internet/>
- Rauyruen, P., & Miller, K. E. (2007). Relationship quality as a predictor of B2B customer loyalty. *Journal of business research*, 60(1), 21-31.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing: A new framework for design and communications. *Design Management Journal (Former Series)*, 10(2), 10-16.
- Schmitt, B. H., & Rogers, D. L. (2008). *Handbook on Brand and Experience Management*. Edward Elgar.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran: Teori dan implikasi* [Marketing Management: Theory and Implications]. Yogyakarta: Andi.
- Sugiati, T., Thoyib, A., Hadiwidjoyo, D., & Setiawan, M. (2013). The role of customer value on satisfaction and loyalty (study on hypermart's customers). *International Journal of Business and Management Invention*, 2(6), 65-70.
- Tjiptono, F. (2008). *Service management: Mewujudkan layanan prima* [Service Management: Realizing Prime Service]. Yogyakarta: Andi.
- Tu, Y. T., & Chih, H. C. (2013). An empirical study of corporate brand image, customer perceived value and satisfaction on loyalty in shoe industry. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 5(7), 469-483.
- Vedadi, A., Kolobandi, A., & Khazaei, P. H. (2013). The effect of customer value and satisfaction on customer loyalty: the moderating role of ethical reputation. *International of Basic Sciences and Applied Research*, 2(5), 453-458.
- Wahyuningtyas, F. M., Achmad, F., & Zainul, A. (2017). The effect of experiential marketing on satisfaction and its impact on customer loyalty. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 61(1), 105-111.
- Wu, M. Y., & Tseng, L. H. (2015). Customer satisfaction and loyalty in an online shop: An experiential marketing perspective. *International Journal of Business and Management*, 10(1), 104-114.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of marketing*, 52(3), 2-22.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of marketing*, 60(2), 31-46.
- Zena, P. A., & Hadisumarto, A. D. (2013). The study of relationship among experiential marketing, service quality, customer satisfaction, and customer loyalty. *Asean marketing journal*, 4(1) 37-46.

APPENDIX

Appendix 1.
Variables and Indicators

Variables	Indicators	Source
Customer Value		Johnson & Weinstein (2004) in McFarlane (2013)
Service	CVS 1: I get fast access to Gojek drivers CVS 2: Vehicle license plate that I ordered is accordance on the Gojek application	
Quality	CVQ 1: I feel comfortable with the vehicle CVQ 2: Condition of vehicle is good	
Image	CVI 1: Gojek application is an online transportation that used by many people CVI 2: Gojek application is a favorite choice	
Price	CVP 1: The price is cheaper than competitors CVP 2: Prices are suitable with customer capabilities CVP 3: I got an interesting promo	
Experiential Marketing		Schmitt (1999) in Alkilani et al., (2013)
Sense	EMS 1: Design of Gojek application is interesting EMS 2: Gojek application/map operates properly	
Feel	EMF 1: Gojek drivers are polite while driving EMF 2: Gojek drivers drive well	
Think	EMT 1: Gojek presents various menus on the application EMT 2: Gojek is able to offer convenience in transactions	
Act	EMA 1: Good interactions with Gojek drivers EMA 2: I feel that using the GO-JEK application describe my lifestyle	
Relate	EMR 1: I get an attractive reward after using Gojek application EMR 2: I can easily contact Gojek customer service if something happens	
Customer Satisfaction		Azizah (2012)
Happines	CSH 1: I feel happy after using Gojek services	
Right Choice	CSR 1: Gojek is the right choice	
Conformity of Expectations	CSC 1: Overall, I feel satisfied using Gojek services CSC 2: I get a satisfying experience after using Gojek services	

Variables	Indicators	Source
Customer Loyalty		Zeithaml et al., (1996)
Telling positive things about the product consumed	CLT 1: I will give positive comments about Gojek CLT 2: I will tell about the benefits of Gojek services	
Recommended to someone for product has been consumed to a friend	CLF 1: I will invite friends to use Gojek services CLF 2: I will communicate a good information about Gojek	
Repurchase intention to the product that has been consumed	CLR 1: I will reuse Gojek services	

Appendix 2.
The Convergent Validity and Reliability Test

Indicator	Research Model	Research Model After Modifying	AVE	CR
Customer Value (CV)				
CVS1	0.741	0.741	0.596	0.930
CVS2	0.794	0.794		
CVQ1	0.740	0.740		
CVQ2	0.817	0.817		
CVI1	0.770	0.770		
CVI2	0.770	0.770		
CVP1	0.821	0.821		
CVP2	0.742	0.742		
CVP3	0.747	0.747		
Experiential Marketing (EM)			0.674	0.943
EMS1	0.798	0.824		
EMS2	0.804	0.861		
EMF1	0.760	0.817		
EMF2	0.642			
EMT1	0.839	0.861		
EMT2	0.867	0.870		
EMA1	0.829	0.817		
EMA2	0.642			
EMR1	0.790	0.744		
EMR2	0.796	0.826		
Customer Satisfaction (KP)			0.736	0.918
CSH1	0.880	0.880		
CSR1	0.823	0.823		
CSC1	0.881	0.881		
CSC2	0.847	0.847		

Indicator	Research Model	Research Model After Modifying	AVE	CR
Customer Loyalty (LP)				
CLT1	0.872	0.872	0.718	0.927
CLT2	0.839	0.839		
CLF1	0.853	0.853		
CLF2	0.783	0.783		
CLR1	0.886	0.886		

Appendix 3.
The Results of Structural Model

	Hypotheses	Path Coefficient	T-statistics	P-value	Result
H1	Customer value has a positive and significant effect on customer satisfaction	0.382	3.062	0.002	Supported
H2	Experiential has a positive and significant effect on customer satisfaction	0.457	3.620	0.000	Supported
H3	Customer value has a positive and significant effect on customer loyalty	0.363	2.821	0.005	Supported
H4	Experiential marketing has a positive and significant effect on customer loyalty	0.295	2.594	0.010	Supported
H5	Customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty	0.296	3.320	0.001	Supported
H6	Customer value has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction	0.113	2.086	0.037	Supported
H7	Experiential marketing has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction	0.135	2.536	0.012	Supported