

BAB 5

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini, maka kesimpulan yang diperoleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Customer Satisfaction*
Customer Perceived Value yang diberikan oleh pelanggan terhadap produk *Uniqlo* yang digunakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction Uniqlo*. Hal ini berarti pelanggan masih mempertimbangkan *Customer Perceived Value* yang diberikan pada produk *Uniqlo* dalam menentukan tingkat kepuasan.
2. Pengaruh *Customer Perceived Value* terhadap *Brand Loyalty*
Customer Perceived Value memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *Brand Loyalty*. Hal ini menunjukkan bahwa *Customer Perceived Value* tidak menjadi pengaruh terhadap konsumen dalam menciptakan keputusan pembelian produk *Uniqlo*.
3. Pengaruh *Customer Satisfaction* terhadap *Brand Loyalty*
Customer Satisfaction yang diberikan oleh pelanggan terhadap produk *Uniqlo* yang digunakan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty Uniqlo*. Hal ini menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* menjadi faktor utama dalam meningkatkan *Brand Loyalty* untuk tetap setia menggunakan produk *Uniqlo*.
4. Kesimpulan uji mediasi :
 - a. Ditemukan pengaruh mediasi kepuasan pelanggan dalam hubungan nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan namun tidak terdapat pengaruh langsung antara variabel *Customer Perceived Value* terhadap *Brand Loyalty* (*indirect-only mediation*).

5.2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, implikasi manajerial pada *Uniqlo* yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. *Customer Perceived Value* dalam penelitian ini dapat memberikan pengaruh terhadap *Customer Satisfaction* dan *Brand Loyalty*. Pihak dari *Uniqlo* sebaiknya tetap mempertimbangkan nilai pelanggan yang diberikan oleh pengguna layanan *Uniqlo*, sehingga nantinya pelanggan mampu memberikan penilaian atau evaluasi dari segi ,segi kualitas ,segi citra dan segi harga yang mampu membuat perusahaan *Uniqlo* dalam fokus memproduksi fashion dengan kualitas yang bagus dan harga yang terjangkau.
2. *Customer Satisfaction* juga harus selalu diperhatikan dan dipertahankan oleh pihak *Uniqlo*, kepuasan adalah salah satu faktor penting dan vital bagi sebuah perusahaan. Kebahagiaan dari pelanggan, pilihan tepat dari pelanggan untuk menggunakan layanan yang digunakan, kesesuaian harapan pelanggan terpenuhi merupakan fokus utama dari perusahaan untuk membuat pelanggan menjadi puas. Kepuasan pelanggan memiliki peranan penting untuk memberikan pengaruh pada *Customer Perceived Value* pelanggan terhadap *Customer Satisfaction* dan hubungan pemasaran berbasis pengalaman pada *Brand Loyalty*. Semakin tinggi *Customer Satisfaction* maka semakin tinggi pula *Brand Loyalty* yang terbentuk untuk tetap menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
3. Pihak dari *Uniqlo* sebaiknya memberikan hadiah atau *reward* yang khusus kepada pelanggan yang sudah lama menggunakan produk *Uniqlo* agar semakin loyal dan dapat merekomendasikan kepada orang-orang di sekitarnya untuk menjadi pelanggan di penyedia jasa pesan antar makanan online tersebut sebagai contohnya seperti setiap membeli kaos / celana mendapatkan poin yang bisa di tukarkan merchandise/produk khusus *Uniqlo*.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat beberapa keterbatasan yang menjadi pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Keterbatasan penelitian adalah sebagai berikut:

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini untuk melihat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk *Uniqlo* hanya terdiri dari tiga variabel yaitu variabel *customer perceived value*, *Customer Satisfaction*, dan *Brand Loyalty*, sedangkan masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk *Uniqlo*. Sehingga penelitian ini tergolong model penelitian yang masih sederhana. Dalam penelitian ini, kuesioner dibagian pertanyaan umum/*filter* masih terdapat pertanyaan yang kurang untuk kriteria responden yang dibutuhkan.

Kelemahan yang kedua dalam penelitian ini adalah pada responden yang diambil, dimana tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini akan menjadi kurang relevan apabila diterapkan kepada pembeli eceran. Dalam industri ritel seperti *Uniqlo*, perilaku konsumen eceran akan sangat sudah dipelajari, selain itu, alangkah baiknya apabila bisnis ritel lebih berfokus kepada mitra yang lebih besar seperti pembeli grosir, untuk memperluas target market mereka.

5.4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diusulkan adalah sebagai berikut:

Penelitian selanjutnya dapat menerapkan model yang sama untuk jenis produk yang berbeda (produk fashion, otomotif dll). Penelitian selanjutnya sebaiknya menambah variabel lainnya yang berhubungan dengan keputusan pembelian produk. Hal ini dilakukan agar dapat menggambarkan variabel apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Andianto, K., & Firdausy, M. (2020). *Pengaruh Perceived Value , Perceived Quality dan Customer Satisfaction terhadap Customer Loyalty Warunk Upnormal di Jakarta. II(3)*, 758–764.
- Erianti, D., & Athanasius, S. S. (2020). Peran Brand Trust dalam Pengaruh Kredibilitas Selebgram Endorser dan Perceived Value terhadap Brand Loyalty Pada Produk Kosmetik Di Semarang. *Jemap*, 2(2), 287. <https://doi.org/10.24167/jemap.v2i2.2459>
- Ernawati, Slamet, A., & Khoirul, M. (2018). Pengaruh Customer Value Dan Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan GO-JEK Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 7(2), 23–38.
- Manajemen, J. I. (2019). *relatif masih sedikit dibandingkan dengan studi B2C. 9(2)*, 282–297.
- Rahardja, U., Hongsuchon, T., & Hariguna, T. (2021). *Understanding Impact Sustainable Intention of S-Commerce Activities : The Role of Customer Experiences , Perceived Value , and Mediation of Relationship Quality.*
- Yuliansyah, A., & Handoko, T. D. (2019). Pengaruh Perceived Quality dan Perceived Value terhadap Brand Loyalty melalui Customer Satisfaction J-

Klin Beauty Jember. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 2(2), 292–301. <https://doi.org/10.31539/costing.v2i2.560>

Kim, M., Park, M., & Jeong, D. (2004). *The Effects of Customer Satisfaction and Switching Barrier on Customer Loyalty in Korean Mobile Telecommunication Services*. 28, 145–159. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2003.12.003>

Palilati, A. (2007). Pengaruh Nilai Pelanggan , Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(1), 73–81. <https://doi.org/10.9744/jmk.9.1.pp.%2073-81>

Pemayun, T., & Sudiksa, I. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Veranda Cafe*. 3625–3641.

Purek, M., & Khasanah, I. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan, dan Experiential Marketing terhadap Keputusan Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Subasuka Paradise Restaurant di Kupang). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1–11.

Aristyana, N., Wulandari, N., & Dewi, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi. *Eqien: Jurnal*

Ekonomi Dan Bisnis, 1(3), 1007–1017.

Asman, R., & Ma'ruf. (2020). Effect Of Customer Value On Customer Loyalty Through Customer Satisfaction. *Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi, 9(1), 53–65.*



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Bagian 1 : Profiling

Jenis kelamin

- a. laki-laki
- b. perempuan

Umur

- a. Generasi X (42-57)
- b. Generasi Milenial / Y (28-41)
- c. Generasi Z (12-27)

Apakah anda pernah membeli produk *Uniqlo* sebelumnya ?

- a. Pernah
- b. Belum pernah

Bagian 2 : Pertanyaan Umum

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	<i>Uniqlo</i> menawarkan kualitas yang bagus untuk harganya					
2.	Nilai keseluruhan <i>Uniqlo</i> tersebut bagus					
3.	Pengalaman <i>Uniqlo</i> itu sepadan dengan harganya					

Bagian 3 : Variabel Penelitian

Variabel *Customer Satisfaction*

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya puas dengan keputusan saya					
2.	Saya lebih suka <i>Uniqlo</i> dibanding merek lain					
3.	Saya memiliki ketertarikan dengan <i>Uniqlo</i>					
4.	Pengalaman dalam menggunakan <i>Uniqlo</i> sesuai dengan apa yang saya butuhkan					
5.	Pilihan saya untuk membeli <i>Uniqlo</i> adalah pilihan yang tepat					

Variabel *Brand Loyalty*

No.	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang <i>Uniqlo</i> kepada orang lain					
2.	Saya akan merekomendasikan <i>Uniqlo</i> kepada seseorang yang menanyakan saran saya					

3.	Saya akan mendorong teman dan sahabat untuk membeli <i>Uniqlo</i>					
4.	Saya akan melakukan lebih banyak bisnis dengan <i>Uniqlo</i> dalam beberapa tahun ke depan					

LAMPIRAN 2

HASIL OLAH DATA SMARTPLS DISCRIMINANT VALIDITY

Kriteria Fornell-Larcker

	Variabel Laten 1	Variabel Laten 2	Variabel Laten 3
Variabel Laten 1	0,920		
Variabel Laten 2	0,863	0,863	
Variabel Laten 3	0,780	0,848	0,894

Cross Loadings

	Variabel Laten 1	Variabel Laten 2	Variabel Laten 3
cpv2	0,938	0,829	0,727
cpv3	0,905	0,763	0,711
lt1	0,819	0,807	0,892
lt2	0,740	0,838	0,935
lt3	0,691	0,769	0,941
lt4	0,489	0,580	0,799
sat1	0,649	0,743	0,538
sat2	0,683	0,824	0,758

sat3	0,766	0,907	0,784
sat4	0,770	0,924	0,746
sat5	0,842	0,907	0,805
cpv 1	0,916	0,789	0,715

Rasio Heterotrait-Monotrait
(HTMT)

	Variabel Laten 1	Variabel Laten 2	Variabel Laten 3
Variabel Laten 1			
Variabel Laten 2	0,945		
Variabel Laten 3	0,841	0,911	

LAMPIRAN 3
RELIABILITY

	Cronbach's Alpha	rho _A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Variabel Laten 1	0,909	0,910	0,943	0,846
Variabel Laten 2	0,913	0,923	0,936	0,746
Variabel Laten 3	0,915	0,933	0,940	0,799

LAMPIRAN 4
OUTER MODEL

	Variabel Laten 1	Variabel Laten 2	Variabel Laten 3
cpv2	-1,000		
cpv3	-1,000		

lt1			-1,000
lt2			-1,000
lt3			-1,000
lt4			-1,000
sat1		-1,000	
sat2		-1,000	
sat3		-1,000	
sat4		-1,000	
sat5		-1,000	
cpv 1	-1,000		

**LAMPIRAN 5
INNER MODEL**

	Variabel Laten 1	Variabel Laten 2	Variabel Laten 3
Variabel Laten 1		1,000	1,000
Variabel Laten 2			1,000
Variabel Laten 3			

**LAMPIRAN 6
KOEFSISIEN JALUR**

Mean, STDEV, T-
Values, P-Values

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Variabel Laten 1 - > Variabel Laten 2	0,863	0,866	0,038	22,988	0,000
Variabel Laten 1 - > Variabel Laten 3	0,188	0,153	0,214	0,879	0,380

Variabel Laten 2 - > Variabel Laten 3	0,686	0,719	0,200	3,428	0,00 1
---	-------	-------	-------	-------	-------------------

Keyakinan Interval

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	2.5%	97.5 %
Variabel Laten 1 -> Variabel Laten 2	0,863	0,866	0,77 8	0,92 7
Variabel Laten 1 -> Variabel Laten 3	0,188	0,153	- 0,28 4	0,54 4
Variabel Laten 2 -> Variabel Laten 3	0,686	0,719	0,34 8	1,08 7

Keyakinan Interval Bias- Dikoreksi

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Bias	2.5 %	97.5 %
Variabel Laten 1 -> Variabel Laten 2	0,863	0,866	0,00 3	0,75 9	0,91 8
Variabel Laten 1 -> Variabel Laten 3	0,188	0,153	- 0,03 5	- 0,23 0	0,57 0
Variabel Laten 2 -> Variabel Laten 3	0,686	0,719	0,03 3	0,32 9	1,07 2

Sampel

	Variabel Laten 1 -> Variabel Laten 2	Variabel Laten 1 -> Variabel Laten 3	Variabel Laten 2 -> Variabel Laten 3
Sample 0	0,859	0,153	0,699
Sample 1	0,865	-0,120	0,964
Sample 2	0,860	0,020	0,899
Sample 3	0,896	0,283	0,627
Sample 4	0,817	0,515	0,429
Sample 5	0,848	0,270	0,663
Sample 6	0,807	0,515	0,395
Sample 7	0,779	0,543	0,338
Sample 8	0,759	0,608	0,322
Sample 9	0,813	0,370	0,576
Sample 10	0,758	0,364	0,455
Sample 11	0,915	-0,162	0,954
Sample 12	0,862	0,053	0,892
Sample 13	0,913	-0,186	1,074
Sample 14	0,847	0,174	0,685
Sample 15	0,903	0,215	0,677
Sample 16	0,852	0,251	0,575
Sample 17	0,873	0,044	0,845
Sample 18	0,812	0,363	0,509
Sample 19	0,814	0,261	0,638

Sample 20	0,912	-0,106	0,919
Sample 21	0,810	0,445	0,356
Sample 22	0,893	0,077	0,857
Sample 23	0,896	0,176	0,650
Sample 24	0,798	0,419	0,453
Sample 25	0,858	0,336	0,554
Sample 26	0,858	0,089	0,701
Sample 27	0,859	0,383	0,472
Sample 28	0,792	0,330	0,470
Sample 29	0,902	-0,151	1,087
Sample 30	0,836	0,280	0,652
Sample 31	0,893	-0,034	0,862
Sample 32	0,876	0,099	0,739
Sample 33	0,899	-0,188	1,012
Sample 34	0,814	0,381	0,556
Sample 35	0,876	0,222	0,711
Sample 36	0,794	0,517	0,439
Sample 37	0,829	0,270	0,588
Sample 38	0,901	0,035	0,907
Sample 39	0,902	0,302	0,589
Sample 40	0,921	-0,198	1,086
Sample 41	0,832	0,570	0,329

Sample 42	0,889	0,277	0,558
Sample 43	0,831	0,409	0,413
Sample 44	0,819	0,261	0,552
Sample 45	0,878	0,268	0,671
Sample 46	0,905	-0,176	1,016
Sample 47	0,932	-0,261	1,084
Sample 48	0,861	0,268	0,617
Sample 49	0,880	0,019	0,862
Sample 50	0,828	0,438	0,498
Sample 51	0,824	0,551	0,374
Sample 52	0,846	0,038	0,655
Sample 53	0,778	0,534	0,389
Sample 54	0,900	-0,230	1,065
Sample 55	0,927	0,034	0,764
Sample 56	0,845	0,121	0,701
Sample 57	0,857	0,122	0,750
Sample 58	0,878	0,279	0,614
Sample 59	0,874	0,519	0,415
Sample 60	0,898	-0,126	0,987
Sample 61	0,891	0,391	0,546
Sample 62	0,890	-0,065	0,948
Sample 63	0,802	0,556	0,371

Sample 64	0,847	0,380	0,480
Sample 65	0,880	0,120	0,758
Sample 66	0,834	0,403	0,487
Sample 67	0,893	-0,010	0,925
Sample 68	0,868	0,241	0,643
Sample 69	0,938	-0,009	0,858
Sample 70	0,849	0,267	0,667
Sample 71	0,880	0,212	0,666
Sample 72	0,788	0,596	0,255
Sample 73	0,844	0,260	0,627
Sample 74	0,854	0,068	0,797
Sample 75	0,902	-0,019	0,932
Sample 76	0,879	0,191	0,741
Sample 77	0,874	-0,029	0,924
Sample 78	0,916	-0,112	1,001
Sample 79	0,882	0,206	0,736
Sample 80	0,879	0,050	0,708
Sample 81	0,859	0,239	0,679
Sample 82	0,876	0,229	0,598
Sample 83	0,889	-0,058	0,957
Sample 84	0,801	0,205	0,669
Sample 85	0,878	-0,055	0,760

Sample 86	0,848	0,281	0,570
Sample 87	0,901	-0,092	0,981
Sample 88	0,911	-0,065	0,939
Sample 89	0,865	0,122	0,723
Sample 90	0,916	-0,137	1,059
Sample 91	0,888	0,191	0,581
Sample 92	0,852	0,465	0,467
Sample 93	0,925	-0,309	1,140
Sample 94	0,834	0,183	0,736
Sample 95	0,862	0,208	0,684
Sample 96	0,876	0,025	0,921
Sample 97	0,842	0,366	0,520
Sample 98	0,910	0,073	0,865
Sample 99	0,829	0,121	0,720
Sample 100	0,873	0,236	0,683
Sample 101	0,818	0,603	0,273
Sample 102	0,899	0,153	0,804
Sample 103	0,797	0,370	0,561
Sample 104	0,814	0,552	0,337
Sample 105	0,840	0,170	0,648
Sample 106	0,834	0,099	0,756
Sample 107	0,809	0,339	0,546

Sample 108	0,846	0,273	0,638
Sample 109	0,834	0,239	0,528
Sample 110	0,894	0,067	0,852
Sample 111	0,818	0,264	0,527
Sample 112	0,868	0,111	0,726
Sample 113	0,918	0,144	0,786
Sample 114	0,887	0,227	0,712
Sample 115	0,759	0,322	0,516
Sample 116	0,876	0,313	0,603
Sample 117	0,788	0,314	0,466
Sample 118	0,870	-0,109	0,990
Sample 119	0,826	-0,026	0,728
Sample 120	0,897	0,161	0,752
Sample 121	0,903	0,426	0,496
Sample 122	0,883	0,178	0,705
Sample 123	0,873	0,053	0,769
Sample 124	0,818	0,040	0,819
Sample 125	0,900	-0,015	0,894
Sample 126	0,842	0,101	0,782
Sample 127	0,811	0,272	0,598
Sample 128	0,933	-0,274	1,132
Sample 129	0,852	0,032	0,805

Sample 130	0,884	0,198	0,708
Sample 131	0,863	0,208	0,691
Sample 132	0,874	0,225	0,694
Sample 133	0,891	0,093	0,824
Sample 134	0,896	0,365	0,577
Sample 135	0,871	0,134	0,652
Sample 136	0,878	0,369	0,560
Sample 137	0,770	0,602	0,330
Sample 138	0,918	-0,022	0,845
Sample 139	0,901	-0,209	1,079
Sample 140	0,863	0,090	0,705
Sample 141	0,914	-0,096	0,983
Sample 142	0,835	0,457	0,463
Sample 143	0,917	-0,113	0,946
Sample 144	0,850	0,304	0,611
Sample 145	0,898	-0,168	1,065
Sample 146	0,870	0,183	0,684
Sample 147	0,878	-0,026	0,829
Sample 148	0,846	0,335	0,618
Sample 149	0,904	0,233	0,641
Sample 150	0,914	-0,284	1,028
Sample 151	0,836	0,353	0,606

Sample 152	0,803	0,200	0,676
Sample 153	0,814	0,263	0,522
Sample 154	0,849	0,240	0,590
Sample 155	0,878	0,171	0,707
Sample 156	0,868	0,288	0,638
Sample 157	0,901	-0,089	0,941
Sample 158	0,935	-0,250	1,121
Sample 159	0,864	0,330	0,592
Sample 160	0,849	0,238	0,637
Sample 161	0,846	0,379	0,472
Sample 162	0,880	-0,171	1,037
Sample 163	0,901	-0,238	1,063
Sample 164	0,834	0,360	0,529
Sample 165	0,862	0,122	0,703
Sample 166	0,880	0,243	0,621
Sample 167	0,926	-0,118	1,006
Sample 168	0,936	-0,250	1,135
Sample 169	0,889	-0,336	1,055
Sample 170	0,843	0,172	0,745
Sample 171	0,856	0,439	0,421
Sample 172	0,810	0,187	0,630
Sample 173	0,902	-0,122	1,049

Sample 174	0,835	0,434	0,434
Sample 175	0,845	0,094	0,780
Sample 176	0,906	0,347	0,528
Sample 177	0,860	-0,114	0,990
Sample 178	0,836	0,445	0,414
Sample 179	0,855	0,187	0,744
Sample 180	0,792	0,487	0,429
Sample 181	0,938	-0,399	1,140
Sample 182	0,895	0,189	0,572
Sample 183	0,917	0,192	0,751
Sample 184	0,869	0,168	0,686
Sample 185	0,861	0,464	0,471
Sample 186	0,892	-0,193	0,951
Sample 187	0,869	-0,028	0,889
Sample 188	0,848	0,279	0,530
Sample 189	0,799	0,431	0,510
Sample 190	0,835	0,026	0,896
Sample 191	0,850	0,197	0,733
Sample 192	0,905	0,220	0,712
Sample 193	0,805	0,544	0,413
Sample 194	0,881	0,146	0,733
Sample 195	0,846	0,187	0,683

Sample 196	0,902	-0,054	0,941
Sample 197	0,869	0,144	0,641
Sample 198	0,850	0,140	0,755
Sample 199	0,866	0,321	0,559
Sample 200	0,906	0,011	0,859
Sample 201	0,886	0,014	0,942
Sample 202	0,900	-0,211	0,896
Sample 203	0,895	-0,150	0,978
Sample 204	0,910	0,243	0,576
Sample 205	0,873	0,239	0,601
Sample 206	0,852	0,275	0,644
Sample 207	0,874	0,185	0,611
Sample 208	0,866	-0,061	0,941
Sample 209	0,761	0,563	0,348
Sample 210	0,908	-0,067	0,930
Sample 211	0,932	-0,106	0,991
Sample 212	0,835	0,657	0,267
Sample 213	0,895	-0,071	0,950
Sample 214	0,835	0,399	0,508
Sample 215	0,792	0,316	0,513
Sample 216	0,925	0,360	0,489
Sample 217	0,878	0,179	0,733

Sample 218	0,899	-0,038	0,961
Sample 219	0,875	0,121	0,820
Sample 220	0,763	0,483	0,425
Sample 221	0,853	0,134	0,779
Sample 222	0,863	-0,017	0,827
Sample 223	0,891	0,351	0,556
Sample 224	0,855	0,164	0,767
Sample 225	0,888	0,516	0,347
Sample 226	0,910	0,132	0,808
Sample 227	0,888	-0,040	0,965
Sample 228	0,875	0,215	0,652
Sample 229	0,865	-0,061	0,856
Sample 230	0,900	-0,119	0,940
Sample 231	0,917	-0,002	0,918
Sample 232	0,878	0,083	0,727
Sample 233	0,847	0,355	0,518
Sample 234	0,872	0,298	0,591
Sample 235	0,848	0,166	0,689
Sample 236	0,903	0,239	0,653
Sample 237	0,888	0,201	0,677
Sample 238	0,873	0,204	0,648
Sample 239	0,874	0,402	0,458

Sample 240	0,914	0,009	0,917
Sample 241	0,757	0,511	0,408
Sample 242	0,897	-0,077	1,002
Sample 243	0,895	0,051	0,766
Sample 244	0,810	0,344	0,510
Sample 245	0,903	0,082	0,840
Sample 246	0,805	0,240	0,699
Sample 247	0,874	0,205	0,653
Sample 248	0,874	0,058	0,735
Sample 249	0,875	-0,048	0,867
Sample 250	0,879	-0,102	0,938
Sample 251	0,800	0,335	0,531
Sample 252	0,828	0,427	0,508
Sample 253	0,841	0,279	0,593
Sample 254	0,885	-0,019	0,949
Sample 255	0,846	0,343	0,547
Sample 256	0,883	0,088	0,848
Sample 257	0,853	0,080	0,774
Sample 258	0,902	0,001	0,867
Sample 259	0,855	0,011	0,824
Sample 260	0,888	-0,074	0,944
Sample 261	0,879	-0,066	0,964

Sample 262	0,866	0,214	0,677
Sample 263	0,868	0,356	0,592
Sample 264	0,881	0,172	0,648
Sample 265	0,824	0,173	0,700
Sample 266	0,896	0,182	0,708
Sample 267	0,774	0,439	0,424
Sample 268	0,754	0,417	0,447
Sample 269	0,899	0,318	0,581
Sample 270	0,789	0,479	0,401
Sample 271	0,882	0,090	0,875
Sample 272	0,863	-0,026	0,791
Sample 273	0,896	0,091	0,751
Sample 274	0,893	-0,023	0,897
Sample 275	0,872	-0,046	0,975
Sample 276	0,889	0,153	0,674
Sample 277	0,905	-0,260	0,999
Sample 278	0,841	0,149	0,699
Sample 279	0,882	0,312	0,594
Sample 280	0,858	0,039	0,784
Sample 281	0,886	0,269	0,600
Sample 282	0,862	-0,185	1,005
Sample 283	0,852	0,245	0,575

Sample 284	0,820	0,086	0,786
Sample 285	0,890	0,255	0,597
Sample 286	0,835	0,308	0,565
Sample 287	0,871	0,375	0,513
Sample 288	0,847	0,179	0,639
Sample 289	0,912	-0,371	1,096
Sample 290	0,849	0,192	0,647
Sample 291	0,900	-0,206	1,073
Sample 292	0,876	0,050	0,763
Sample 293	0,887	0,013	0,917
Sample 294	0,848	0,233	0,624
Sample 295	0,884	0,152	0,700
Sample 296	0,911	0,309	0,539
Sample 297	0,920	-0,312	1,076
Sample 298	0,856	0,218	0,658
Sample 299	0,915	-0,063	0,936
Sample 300	0,840	0,187	0,679
Sample 301	0,859	-0,122	0,883
Sample 302	0,861	-0,048	0,927
Sample 303	0,830	0,300	0,564
Sample 304	0,807	0,043	0,796
Sample 305	0,842	0,297	0,612

Sample 306	0,844	0,419	0,404
Sample 307	0,826	0,267	0,580
Sample 308	0,885	0,072	0,869
Sample 309	0,818	0,357	0,539
Sample 310	0,868	0,371	0,535
Sample 311	0,898	0,252	0,689
Sample 312	0,738	0,498	0,364
Sample 313	0,878	0,138	0,755
Sample 314	0,852	0,303	0,562
Sample 315	0,879	0,023	0,862
Sample 316	0,896	-0,010	0,930
Sample 317	0,846	0,213	0,656
Sample 318	0,841	0,395	0,549
Sample 319	0,883	-0,071	0,945
Sample 320	0,894	0,111	0,741
Sample 321	0,910	-0,038	0,856
Sample 322	0,848	0,160	0,688
Sample 323	0,897	0,252	0,582
Sample 324	0,898	0,316	0,519
Sample 325	0,872	0,146	0,727
Sample 326	0,854	0,283	0,652
Sample 327	0,932	-0,339	1,149

Sample 328	0,845	0,386	0,493
Sample 329	0,873	0,422	0,420
Sample 330	0,887	0,238	0,636
Sample 331	0,875	0,056	0,773
Sample 332	0,848	0,351	0,541
Sample 333	0,807	0,420	0,454
Sample 334	0,844	0,357	0,528
Sample 335	0,818	0,287	0,491
Sample 336	0,830	0,507	0,420
Sample 337	0,922	-0,285	1,133
Sample 338	0,887	0,455	0,432
Sample 339	0,876	-0,134	1,000
Sample 340	0,916	0,168	0,761
Sample 341	0,877	0,029	0,810
Sample 342	0,830	0,270	0,656
Sample 343	0,821	0,431	0,483
Sample 344	0,908	0,226	0,700
Sample 345	0,908	-0,301	1,062
Sample 346	0,817	0,135	0,630
Sample 347	0,839	0,143	0,687
Sample 348	0,877	-0,070	0,931
Sample 349	0,875	0,033	0,912

Sample 350	0,894	-0,124	0,951
Sample 351	0,850	0,006	0,792
Sample 352	0,916	-0,105	1,020
Sample 353	0,938	-0,347	1,050
Sample 354	0,846	0,528	0,358
Sample 355	0,859	0,501	0,420
Sample 356	0,915	0,382	0,567
Sample 357	0,906	0,150	0,715
Sample 358	0,873	0,075	0,741
Sample 359	0,888	-0,098	0,921
Sample 360	0,837	0,003	0,788
Sample 361	0,836	0,096	0,849
Sample 362	0,877	-0,029	0,920
Sample 363	0,891	0,416	0,503
Sample 364	0,839	0,173	0,626
Sample 365	0,932	-0,037	0,889
Sample 366	0,851	0,393	0,491
Sample 367	0,869	-0,045	0,937
Sample 368	0,886	0,301	0,575
Sample 369	0,843	0,362	0,521
Sample 370	0,868	0,205	0,739
Sample 371	0,883	0,371	0,580

Sample 372	0,850	0,108	0,724
Sample 373	0,833	0,428	0,482
Sample 374	0,854	0,198	0,667
Sample 375	0,907	-0,062	0,918
Sample 376	0,841	0,247	0,684
Sample 377	0,887	0,305	0,568
Sample 378	0,844	0,265	0,653
Sample 379	0,881	0,139	0,731
Sample 380	0,869	0,119	0,688
Sample 381	0,844	0,258	0,553
Sample 382	0,905	0,022	0,850
Sample 383	0,876	-0,066	0,783
Sample 384	0,911	-0,232	1,097
Sample 385	0,849	0,346	0,493
Sample 386	0,919	0,005	0,936
Sample 387	0,910	-0,165	0,998
Sample 388	0,777	0,736	0,214
Sample 389	0,833	0,647	0,273
Sample 390	0,883	0,036	0,855
Sample 391	0,803	0,434	0,526
Sample 392	0,828	0,372	0,559
Sample 393	0,851	0,109	0,740

Sample 394	0,909	-0,212	0,996
Sample 395	0,877	0,181	0,610
Sample 396	0,857	0,155	0,745
Sample 397	0,857	0,085	0,800
Sample 398	0,856	0,238	0,696
Sample 399	0,887	0,185	0,623
Sample 400	0,858	0,148	0,764
Sample 401	0,873	-0,033	0,897
Sample 402	0,864	0,001	0,850
Sample 403	0,837	0,038	0,838
Sample 404	0,887	0,328	0,537
Sample 405	0,866	0,151	0,798
Sample 406	0,891	0,348	0,585
Sample 407	0,848	0,108	0,714
Sample 408	0,876	0,229	0,725
Sample 409	0,865	-0,021	0,792
Sample 410	0,881	0,276	0,604
Sample 411	0,845	-0,077	0,849
Sample 412	0,839	0,483	0,381
Sample 413	0,838	0,222	0,608
Sample 414	0,895	-0,291	1,166
Sample 415	0,836	0,402	0,547

Sample 416	0,892	0,068	0,836
Sample 417	0,917	-0,017	0,906
Sample 418	0,896	-0,157	1,046
Sample 419	0,895	-0,171	1,058
Sample 420	0,892	0,031	0,903
Sample 421	0,847	0,105	0,744
Sample 422	0,918	-0,166	1,052
Sample 423	0,880	0,422	0,434
Sample 424	0,873	-0,077	0,806
Sample 425	0,849	0,141	0,718
Sample 426	0,832	-0,075	0,994
Sample 427	0,884	0,317	0,586
Sample 428	0,786	0,409	0,454
Sample 429	0,928	0,031	0,818
Sample 430	0,872	0,174	0,678
Sample 431	0,748	0,517	0,413
Sample 432	0,821	0,293	0,538
Sample 433	0,894	0,124	0,691
Sample 434	0,873	-0,047	0,907
Sample 435	0,834	0,190	0,692
Sample 436	0,909	-0,005	0,893
Sample 437	0,895	-0,307	1,114

Sample 438	0,908	0,041	0,913
Sample 439	0,847	0,159	0,785
Sample 440	0,817	0,352	0,471
Sample 441	0,874	0,255	0,628
Sample 442	0,924	0,021	0,876
Sample 443	0,883	0,255	0,553
Sample 444	0,838	-0,021	0,799
Sample 445	0,926	-0,081	0,893
Sample 446	0,855	0,272	0,672
Sample 447	0,910	-0,091	0,957
Sample 448	0,924	-0,103	0,961
Sample 449	0,806	0,628	0,311
Sample 450	0,942	-0,308	1,184
Sample 451	0,823	0,113	0,756
Sample 452	0,832	0,335	0,604
Sample 453	0,855	0,266	0,564
Sample 454	0,914	-0,066	0,891
Sample 455	0,900	-0,124	1,009
Sample 456	0,890	0,038	0,748
Sample 457	0,903	-0,210	1,077
Sample 458	0,874	0,004	0,750
Sample 459	0,871	0,177	0,703

Sample 460	0,907	0,099	0,829
Sample 461	0,788	0,463	0,484
Sample 462	0,847	0,336	0,493
Sample 463	0,874	-0,033	0,882
Sample 464	0,893	-0,085	1,009
Sample 465	0,893	0,010	0,928
Sample 466	0,866	0,357	0,411
Sample 467	0,871	0,312	0,613
Sample 468	0,854	0,263	0,663
Sample 469	0,864	-0,012	0,937
Sample 470	0,844	0,180	0,767
Sample 471	0,906	-0,196	1,072
Sample 472	0,918	-0,004	0,902
Sample 473	0,888	-0,081	0,975
Sample 474	0,817	0,316	0,546
Sample 475	0,833	0,246	0,628
Sample 476	0,879	0,100	0,837
Sample 477	0,888	-0,030	0,957
Sample 478	0,903	0,034	0,851
Sample 479	0,831	0,308	0,558
Sample 480	0,935	-0,034	0,914
Sample 481	0,821	0,285	0,598

Sample 482	0,922	-0,283	1,093
Sample 483	0,903	0,076	0,866
Sample 484	0,915	0,031	0,806
Sample 485	0,850	0,347	0,532
Sample 486	0,878	0,009	0,926
Sample 487	0,884	0,447	0,484
Sample 488	0,870	0,061	0,762
Sample 489	0,861	0,080	0,810
Sample 490	0,898	0,081	0,833
Sample 491	0,814	0,509	0,405
Sample 492	0,837	0,347	0,523
Sample 493	0,872	0,151	0,704
Sample 494	0,864	-0,074	0,811
Sample 495	0,813	0,325	0,606
Sample 496	0,854	0,353	0,517
Sample 497	0,872	0,250	0,667
Sample 498	0,895	-0,094	0,941
Sample 499	0,853	0,232	0,700

LAMPIRAN 7
TOTAL PENGARUH TIDAK LANGSUNG

Mean, STDEV, T-
Values, P-Values

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Variabel Laten 1 -> Variabel Laten 2					
Variabel Laten 1 -> Variabel Laten 3	0,592	0,628	0,193	3,076	0,002
Variabel Laten 2 -> Variabel Laten 3					

Keyakinan Interval

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	2.5 %	97.5 %
Variabel Laten 1 -> Variabel Laten 2				
Variabel Laten 1 -> Variabel Laten 3	0,592	0,628	0,275	0,999
Variabel Laten 2 -> Variabel Laten 3				

Keyakinan Interval Bias-
Dikoreksi

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Bias	2.5 %	97.5 %
Variabel Laten 1 -> Variabel Laten 2					

Variabel Laten 1 -> Variabel Laten 3	0,592	0,628	0,0 36	0,2 54	0,97 1
Variabel Laten 2 -> Variabel Laten 3					

LAMPIRAN 8 OUTER LOADING

Outer Loading

Mean, STDEV, T-
Values, P-Values

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Valu es
cpv2 <- Variabel Laten 1	0,938	0,937	0,024	39,759	0,00 0
cpv3 <- Variabel Laten 1	0,905	0,908	0,024	38,466	0,00 0
lt1 <- Variabel Laten 3	0,892	0,894	0,021	42,482	0,00 0
lt2 <- Variabel Laten 3	0,935	0,936	0,013	69,435	0,00 0
lt3 <- Variabel Laten 3	0,941	0,940	0,015	62,594	0,00 0
lt4 <- Variabel Laten 3	0,799	0,792	0,062	12,821	0,00 0
sat1 <- Variabel Laten 2	0,743	0,739	0,113	6,600	0,00 0
sat2 <- Variabel Laten 2	0,824	0,824	0,034	24,169	0,00 0
sat3 <- Variabel Laten 2	0,907	0,907	0,020	44,463	0,00 0
sat4 <- Variabel Laten 2	0,924	0,924	0,018	50,447	0,00 0

sat5 <- Variabel Laten 2	0,907	0,908	0,019	46,847	0,000
cpv 1 <- Variabel Laten 1	0,916	0,917	0,021	44,072	0,000

Keyakinan Interval

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	2.5%	97.5%
cpv2 <- Variabel Laten 1	0,938	0,937	0,884	0,973
cpv3 <- Variabel Laten 1	0,905	0,908	0,852	0,948
lt1 <- Variabel Laten 3	0,892	0,894	0,848	0,932
lt2 <- Variabel Laten 3	0,935	0,936	0,908	0,961
lt3 <- Variabel Laten 3	0,941	0,940	0,908	0,964
lt4 <- Variabel Laten 3	0,799	0,792	0,655	0,904
sat1 <- Variabel Laten 2	0,743	0,739	0,518	0,902
sat2 <- Variabel Laten 2	0,824	0,824	0,753	0,883
sat3 <- Variabel Laten 2	0,907	0,907	0,864	0,942
sat4 <- Variabel Laten 2	0,924	0,924	0,885	0,955
sat5 <- Variabel Laten 2	0,907	0,908	0,869	0,943
cpv 1 <- Variabel Laten 1	0,916	0,917	0,869	0,952

Keyakinan Interval Bias-Dikoreksi

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Bias	2.5 %	97.5 %
cpv2 <- Variabel Laten 1	0,938	0,937	-0,001	0,878	0,970
cpv3 <- Variabel Laten 1	0,905	0,908	0,002	0,846	0,940
lt1 <- Variabel Laten 3	0,892	0,894	0,001	0,836	0,926
lt2 <- Variabel Laten 3	0,935	0,936	0,001	0,903	0,957
lt3 <- Variabel Laten 3	0,941	0,940	-0,002	0,906	0,963

lt4 <- Variabel Laten 3	0,799	0,792	- 0,007	0,65 5	0,904
sat1 <- Variabel Laten 2	0,743	0,739	- 0,004	0,51 7	0,902
sat2 <- Variabel Laten 2	0,824	0,824	0,001	0,74 9	0,879
sat3 <- Variabel Laten 2	0,907	0,907	0,001	0,85 6	0,938
sat4 <- Variabel Laten 2	0,924	0,924	0,000	0,88 3	0,954
sat5 <- Variabel Laten 2	0,907	0,908	0,001	0,86 4	0,941
cpv 1 <- Variabel Laten 1	0,916	0,917	0,001	0,85 8	0,947

LAMPIRAN 9 OUTER WEIGHT

Outer Weight

Mean, STDEV, T-
Values, P-Values

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
cpv2 <- Variabel Laten 1	0,373	0,373	0,012	31,572	0,000
cpv3 <- Variabel Laten 1	0,353	0,353	0,013	27,200	0,000
lt1 <- Variabel Laten 3	0,306	0,306	0,019	16,424	0,000
lt2 <- Variabel Laten 3	0,309	0,310	0,016	19,769	0,000
lt3 <- Variabel Laten 3	0,285	0,285	0,010	28,359	0,000

lt4 <- Variabel Laten 3	0,212	0,211	0,020	10,532	0,00 0
sat1 <- Variabel Laten 2	0,187	0,185	0,029	6,443	0,00 0
sat2 <- Variabel Laten 2	0,226	0,225	0,015	15,112	0,00 0
sat3 <- Variabel Laten 2	0,243	0,243	0,013	18,820	0,00 0
sat4 <- Variabel Laten 2	0,238	0,237	0,014	16,882	0,00 0
sat5 <- Variabel Laten 2	0,259	0,259	0,017	15,495	0,00 0
cpv 1 <- Variabel Laten 1	0,360	0,360	0,015	24,170	0,00 0

Keyakinan Interval

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	2.5%	97.5%
cpv2 <- Variabel Laten 1	0,373	0,373	0,352	0,398
cpv3 <- Variabel Laten 1	0,353	0,353	0,329	0,380
lt1 <- Variabel Laten 3	0,306	0,306	0,270	0,343
lt2 <- Variabel Laten 3	0,309	0,310	0,283	0,341
lt3 <- Variabel Laten 3	0,285	0,285	0,265	0,305
lt4 <- Variabel Laten 3	0,212	0,211	0,168	0,248
sat1 <- Variabel Laten 2	0,187	0,185	0,127	0,229
sat2 <- Variabel Laten 2	0,226	0,225	0,199	0,255
sat3 <- Variabel Laten 2	0,243	0,243	0,221	0,267
sat4 <- Variabel Laten 2	0,238	0,237	0,210	0,266
sat5 <- Variabel Laten 2	0,259	0,259	0,228	0,295
cpv 1 <- Variabel Laten 1	0,360	0,360	0,336	0,394

Keyakinan Interval Bias- Dikoreksi

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Bias	2.5 %	97.5 %

cpv2 <- Variabel Laten 1	0,373	0,373	- 0,001	0,35 4	0,403
cpv3 <- Variabel Laten 1	0,353	0,353	0,000	0,32 9	0,380
lt1 <- Variabel Laten 3	0,306	0,306	0,000	0,27 2	0,345
lt2 <- Variabel Laten 3	0,309	0,310	0,001	0,28 0	0,340
lt3 <- Variabel Laten 3	0,285	0,285	0,000	0,26 5	0,304
lt4 <- Variabel Laten 3	0,212	0,211	- 0,001	0,16 8	0,246
sat1 <- Variabel Laten 2	0,187	0,185	- 0,002	0,12 8	0,229
sat2 <- Variabel Laten 2	0,226	0,225	- 0,001	0,20 1	0,260
sat3 <- Variabel Laten 2	0,243	0,243	- 0,001	0,22 0	0,267
sat4 <- Variabel Laten 2	0,238	0,237	- 0,001	0,21 3	0,268
sat5 <- Variabel Laten 2	0,259	0,259	0,000	0,23 0	0,297
cpv 1 <- Variabel Laten 1	0,360	0,360	0,000	0,33 7	0,401

LAMPIRAN 10
DATA RESPONDEN

Keterangan :

X1 : Apakah anda pernah membeli produk *Uniqlo* sebelumnya ?

X2 : *Uniqlo* menawarkan kualitas yang bagus untuk harganya

X3 : Nilai keseluruhan *Uniqlo* tersebut bagus

X4 : Pengalaman *Uniqlo* itu sepadan dengan harganya

X5 : Saya puas dengan keputusan saya

X6 : Saya lebih suka *Uniqlo* dibanding merek lain

X7 : Saya memiliki ketertarikan dengan *Uniqlo*

X8 : Pengalaman dalam menggunakan *Uniqlo* sesuai dengan apa yang saya butuhkan

X9 : Pilihan saya untuk membeli *Uniqlo* adalah pilihan yang tepat

X10 : Saya akan mengatakan hal-hal positif tentang *Uniqlo* kepada orang lain

X11 : Saya akan merekomendasikan *Uniqlo* kepada seseorang yang menanyakan saran saya

X12 : Saya akan mendorong teman dan sahabat untuk membeli *Uniqlo*

X13 : Saya akan melakukan lebih banyak bisnis dengan *Uniqlo* dalam beberapa tahun ke depan

Time stamp	Jenis kelamin	Umur	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13
6/29/2022 20:34:18	Laki-laki	Generasi Z (12-27)	Pernah	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
6/29/2022 21:00:46	Laki-laki	Generasi Z (12-27)	Pernah	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5
6/29/2022 21:20:08	Perempuan	Generasi Z (12-27)	Pernah	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5
6/29/2022 21:48:48	Laki-laki	Generasi Z (12-27)	Pernah	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	4
6/30/2022 13:44:20	Perempuan	Generasi X (42-57)	Belum pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022 13:56:48	Perempuan	Generasi Z (12-27)	Pernah	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
6/30/2022 13:57:17	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
6/30/2022 13:57:36	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3
6/30/2022 14:08:43	Laki-laki	Generasi X (42-57)	Belum pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022 14:09:37	Perempuan	Generasi Z (12-27)	Pernah	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5
6/30/2022 14:12:10	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3
6/30/2022 14:13:44	Laki-laki	Generasi Z (12-27)	Pernah	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	1
6/30/2022	Perempuan	Generasi X	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

14:24:51		(42-57)															
6/30/2022	Perempuan	Generasi Milenia I / Y (28-41)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	
6/30/2022	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
6/30/2022	Perempuan	Generasi Milenia I / Y (28-41)	Pernah	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	
6/30/2022	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	
6/30/2022	Perempuan	Generasi X (42-57)	Belum pernah	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
6/30/2022	Laki-laki	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	1	
6/30/2022	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
6/30/2022	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
6/30/2022	Laki-laki	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	
6/30/2022	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	
6/30/2022	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
6/30/2022	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	4	4	4	4	3	2	3	3	4	2	2	1		
6/30/2022	Perempuan	Generasi X	Pernah	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	

17:52:41		(42-57)															
6/30/2022 18:28:56	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022 18:32:12	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022 18:47:13	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
6/30/2022 19:10:49	Laki-laki	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	5
6/30/2022 19:14:04	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022 19:17:31	Laki-laki	Generasi X (42-57)	Belum pernah	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
6/30/2022 19:35:02	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6/30/2022 19:38:30	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022 19:46:38	Perempuan	Generasi X (42-57)	Belum pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022 19:56:33	Perempuan	Generasi Z (12-27)	Pernah	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
6/30/2022 19:57:27	Laki-laki	Generasi Z (12-27)	Pernah	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3
6/30/2022 20:01:06	Perempuan	Generasi Z (12-27)	Pernah	5	4	5	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	3
6/30/2022 20:08:39	Laki-laki	Generasi X (42-57)	Pernah	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3

6/30/2022	Pere mpuan	Gener asi X (42-57)	Per nah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022	Laki-laki	Gener asi X (42-57)	Bel um per nah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022	Pere mpuan	Gener asi X (42-57)	Per nah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022	Laki-laki	Gener asi Z (12-27)	Per nah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022	Pere mpuan	Gener asi X (42-57)	Per nah	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	3
6/30/2022	Pere mpuan	Gener asi Z (12-27)	Per nah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022															
6/30/2022	Pere mpuan	Gener asi X (42-57)	Per nah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022	Pere mpuan	Gener asi X (42-57)	Per nah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022	Pere mpuan	Gener asi X (42-57)	Per nah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6/30/2022	Pere mpuan	Gener asi X (42-57)	Per nah	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	2	2
6/30/2022	Pere mpuan	Gener asi X (42-57)	Bel um per nah												
6/30/2022	Laki-laki	Gener asi Z (12-27)	Per nah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6/30/2022	Laki-laki	Gener asi X (42-57)	Per nah	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2

6/30/2022 21:50:43	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022 21:53:06	Perempuan	Generasi Z (12-27)	Pernah	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4
6/30/2022 21:54:02	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6/30/2022 22:26:21	Perempuan	Generasi Z (12-27)	Pernah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
6/30/2022 22:26:54	Laki-laki	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
7/1/2022 00:36:48	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7/1/2022 05:35:21	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5
7/1/2022 06:16:27	Perempuan	Generasi Milenia I / Y (28-41)	Pernah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2
7/1/2022 07:07:54	Laki-laki	Generasi X (42-57)	Pernah	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
7/1/2022 07:13:08	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7/1/2022 07:42:42	Perempuan	Generasi Milenia I / Y (28-41)	Belum pernah	5	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	3
7/1/2022 08:38:44	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4
7/1/2022 08:51:14	Laki-laki	Generasi X (42-57)	Pernah	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3

7/1/2022	Perempuan	Generasi Z (12-27)	Pernah	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2
7/1/2022	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7/1/2022	Perempuan	Generasi Milenia I / Y (28-41)	Pernah	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5
7/1/2022	Perempuan	Generasi Z (12-27)	Pernah	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2
7/1/2022	Perempuan	Generasi Z (12-27)	Pernah	4	4	4	4	2	3	3	3	4	2	2	2
7/1/2022	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
7/1/2022	Perempuan	Generasi Z (12-27)	Pernah	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
7/1/2022	Laki-laki	Generasi X (42-57)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7/1/2022	Laki-laki	Generasi Milenia I / Y (28-41)	Pernah	3	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	3
7/1/2022	Laki-laki	Generasi X (42-57)	Belum pernah				5	3	4		3	3	3	3	3
7/1/2022	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	3	3
7/1/2022	Laki-laki	Generasi Z (12-27)	Pernah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7/1/2022	Perempuan	Generasi X (42-57)	Pernah	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	3

7/1/2 022 19:0 9:20	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
7/1/2 022 19:2 6:05	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	3
7/1/2 022 19:5 0:06	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7/1/2 022 20:2 2:27	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7/1/2 022 20:2 8:25	Laki- laki	Gener asi Z (12- 27)	Per nah	4		5	4	3	4	4	3	3	3	3	3
7/1/2 022 21:1 1:18	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2
7/1/2 022 21:3 6:12	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7/1/2 022 21:4 1:53	Pere mpu an	Gener asi Z (12- 27)	Per nah	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
7/1/2 022 22:1 3:46	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7/1/2 022 22:4 2:37	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7/1/2 022 23:0 9:08	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
7/1/2 022 23:5 7:33	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
7/2/2 022 5:04: 37	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7/2/2 022 5:53: 07	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4

7/2/2 022 6:25: 19	Laki- laki	Gener asi X (42- 57)	Per nah	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
7/2/2 022 6:30: 15	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2
7/2/2 022 6:53: 47	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2
7/2/2 022 6:53: 49	Laki- laki	Gener asi X (42- 57)	Per nah	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
7/2/2 022 8:18: 48	Laki- laki	Gener asi X (42- 57)	Per nah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7/2/2 022 10:4 0:51	Laki- laki	Gener asi X (42- 57)	Bel um per nah	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
7/2/2 022 11:0 8:12	Laki- laki	Gener asi X (42- 57)	Bel um per nah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7/2/2 022 19:2 0:37	Laki- laki	Gener asi Z (12- 27)	Bel um per nah	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2
7/2/2 022 19:3 2:38	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7/2/2 022 19:3 8:53	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7/2/2 022 20:5 1:11	Pere mpu an	Gener asi X (42- 57)	Per nah	5	3	5	5	3	5	5	3	5	3	5	4	3
7/3/2 022 19:3 4:38	Pere mpu an	Gener asi Z (12- 27)	Per nah	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	1