

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Stimulus memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *organism*, *stimulus* yang terdiri dari *attractiveness* dan *trustworthiness* saat proses *live shopping* berlangsung dapat mempengaruhi *perceived enjoyment* secara signifikan. Selanjutnya *purchase convenience*, *product information* dan *product price* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived usefulness*.

1. *Attractiveness* menunjukkan bahwa semakin menarik penampilan *host* dari segi fisik, sikap profesionalitas dalam mempresentasikan produk dan sikap ramah terhadap penonton dapat mempengaruhi kenyamanan atau kesenangan audiens dalam menonton *live shopping*.
2. *Trustworthiness* atau kepercayaan merupakan faktor yang penting untuk mempengaruhi *perceived enjoyment* pada *live shopping* terutama kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan oleh *host live streaming*.
3. *Purchase convenience* atau kemudahan transaksi melalui *live shopping* seperti mudah untuk *checkout* produk, cepat dan aman akan membuat penonton lebih nyaman dalam belanja *online*, hal ini dapat meningkatkan *perceived usefulness* karena mereka akan lebih mudah membeli produk tanpa merasa kesulitan.
4. *Product information* yaitu detail dan lengkapnya informasi tentang produk seperti kegunaan, manfaat dan spesifikasi produk didukung dengan demonstrasi pengujian produk secara langsung dan bisa melakukan *live Q&A* antara konsumen dan *host streaming* dinilai dapat meningkatkan *perceived usefulness* pada saat *live shopping*.
5. *Price product* atau harga yang terjangkau dengan ditambah promosi dan diskon singkat pada *live shopping* dinilai dapat meningkatkan *perceived usefulness*. Hal ini karena penonton menganggap dengan mendapat harga yang lebih murah dari promosi dan diskon mereka mendapat kesempatan yang baik untuk meningkatkan *perceived usefulness*.

Organism memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *respons*, *organism* yang terdiri dari *perceived enjoyment* dan *perceived usefulness* dinilai dapat memberikan pengaruh terhadap dorongan dalam melakukan keputusan pembelian atau *urge to buy impulsively*. *Perceived usefulness* juga memiliki pengaruh terhadap *perceived enjoyment* secara signifikan.

1. *Perceived usefulness* dan *perceived enjoyment* merupakan dua faktor yang saling terkait dan berpengaruh pada konteks *live shopping*. Ketika *live shopping* dapat memberikan manfaat yang nyata seperti efektivitas dan kenyamanan dalam melakukan belanja *online* penonton akan cenderung merasa lebih senang terlibat dalam acara *live shopping*.
2. Beberapa faktor *perceived usefulness* yang dapat menjadi pengaruh terhadap *urge to buy impulsively* antara lain yaitu informasi yang relevan yang diberikan tentang kebermanfaatan produk, pengalaman berbelanja yang mudah dan efisien hingga promosi dan penawaran khusus saat *live shopping*. Beberapa hal ini dapat mempengaruhi terjadinya *urge to buy impulsively* karena konsumen menganggap bahwa mereka tidak ingin melewatkan hal tersebut.
3. Hal ini menunjukkan bahwa jika penonton menganggap *live shopping* merupakan pengalaman yang menyenangkan, ini dapat meningkatkan *urge to buy impulsively*. Kesenangan yang diperoleh dari interaksi dan kepercayaan kepada host dapat menjadi faktor yang mempengaruhi *urge to buy impulsively*.

Respons penonton *live shopping* yang memiliki dorongan untuk melakukan pembelian secara impulsif terjadi karena pengaruh langsung dari *perceived usefulness* dan *perceived enjoyment* yang memediasi *stimulus* terhadap *respons* yaitu *urge to impulsively buying* secara signifikan.

5.2 Implikasi Manajerial

Penelitian ini akan membantu bagi para pelaku UMKM yang melakukan perdagangan melalui *live streaming*. Penelitian ini memiliki beberapa temuan yang akan berguna bagi para pelaku usaha atau UMKM dalam praktiknya menerapkan

live shopping. *Perceived enjoyment* secara positif dapat mempengaruhi dorongan untuk melakukan pembelian secara impulsif. Pembelian impulsif merupakan perilaku konsumen yang terjadi secara emosional terutama pada *live shopping* dalam hal ini *host* menjadi salah satu faktor utama yang mendorong terjadinya *impulse buying*. *Host* menggunakan pesona dan keterampilan mereka secara *real time* untuk mempresentasikan produk secara detail dan lengkap dalam waktu yang singkat, berinteraksi dengan konsumen secara langsung dan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dalam waktu yang singkat. *Host* harus tampil dengan baik secara profesional dan ramah. Selain itu konsumen juga peduli dengan kegunaan dan kenyamanan saat melakukan belanja pada *live shopping*. Konsumen juga sensitif terhadap harga produk yang diberikan pada sesi *live shopping*. Saran-saran tersebut dapat memberikan bantuan kepada pelaku usaha yang akan berpartisipasi dalam *live shopping*. Selain itu pelaku usaha juga harus memperhatikan dan menerapkan etika komunikasi dalam memasarkan produknya melalui *live shopping* seperti kejujuran. Deskripsi produk yang ditawarkan melalui *live shop* harus sesuai dengan apa yang dikirimkan kepada konsumen tidak berlebihan dalam memberikan deskripsi produk yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan saja (Hasim & Ishak, 2020). Pelaku usaha juga dituntut menerapkan transparansi dalam melakukan jual beli produk melalui *live shop* dikarenakan konsumen hanya bisa melihat melalui *live streaming* tidak bisa merasakan produknya secara langsung, maka penjual harus melakukan transparansi terhadap spesifikasi barang, kualitas fungsi dan kelebihan pada produk yang ditawarkan (Suherlan et al., 2022). Selanjutnya penjual juga harus responsif terhadap konsumen, *host live shop* harus segera memberikan respon terhadap permintaan konsumen yang berkaitan dengan produk, misalkan penonton meminta jelaskan tentang deskripsi produk yang diinginkan.

5.3 Saran dan Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan, penelitian ini dilakukan pada *live shopping social commerce* Tiktok. Namun regulasi terbaru dari pemerintah Indonesia menyebutkan bahwa *social commerce* tidak diizinkan untuk melakukan

transaksi layaknya *e-commerce*. Tiktok sebagai satu-satunya *social commerce* di Indonesia hanya diizinkan sebagai platform *social media* dan hanya diizinkan sebagai media promosi secara *online*. Oleh karena itu peneliti selanjutnya dapat melakukan studi perbandingan, misalnya penelitian pada promosi yang dilakukan pada *live streaming* di Tiktok. Selain itu peneliti di masa depan bisa melakukan perbandingan studi tentang fitur *live shopping* terbaru dari *social commerce* yang diizinkan oleh pemerintah Indonesia.



Daftar Pustaka

- Akram, U., Hui, P., Khan, M. K., Saduzai, S. K., Akram, Z., & Bhati, M. H. (2017). The plight of humanity: Online impulse shopping in China. *Human Systems Management, 36*(1), 73–90. <https://doi.org/10.3233/HSM-171768>
- Arun Arora, Daniel Glaser, Philipp Kluge, Aimee Kim, Sajal Kohli, & Natalya Sak. (2021, January 31). It's showtime! How live commerce is transforming the shopping experience. *Bettermarketing.Pub*.
- Auly Salzabilla Suherlan, C., Mu'nisah Anggraeni, N., Vania Zhafira, A., & Sri Susilawati, P. (2022). Penerapan Etika Pemasaran Bisnis Syariah Dalam Melaksanakan Bisnis Online Shop yang Sesuai dengan Syariat Islam. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 5*(3), 1037–1044. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1474>
- Ayu, M., Oktarini, S., & Wardana, I. M. (2018). *Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Enjoyment Terhadap Repurchase Intention. 7*(4), 2041–2072. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i04.p12>
- Baghdadi, Y. (2013). From E-commerce to social commerce: A framework to guide enabling cloud computing. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research, 8*(3), 12–38. <https://doi.org/10.4067/S0718-18762013000300003>
- Baskaran, S., Yuen, T. M., Mahmood, Z., Mahadi, N., & Dalayga, B. (2019). Do Women Buy Online Impulsively More Often Out of Enjoyment and Risk Tolerance? *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 9*(7). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v9-i7/6094>
- Chan, T. K. H., Cheung, C. M. K., & Lee, Z. W. Y. (2017). The state of online impulse-buying research: A literature analysis. *Information and Management, 54*(2), 204–217. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.06.001>
- Chen, C. Der, Zhao, Q., & Wang, J. L. (2022). How livestreaming increases product sales: role of trust transfer and elaboration likelihood model. *Behaviour and Information Technology, 41*(3), 558–573. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2020.1827457>
- Chen, Yeh, T. L., & Lo, W. C. (2017). Impacts on Online Impulse Purchase through Perceived Cognition. *Journal of International Consumer Marketing, 29*(5), 319–330. <https://doi.org/10.1080/08961530.2017.1367208>

- Cho, Y. C. (2015). Exploring Factors That Affect Usefulness, Ease Of Use, Trust, And Purchase Intention In The Online Environment. In *International Journal of Management & Information Systems-First Quarter* (Vol. 19, Issue 1).
- CNBC Indonesia. (2023). *TikTok Shop Makin Ngeri, Shopee-Lazada Pantas Khawatir*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230608120525-37-444155/tiktok-shop-makin-ngeri-shopee-lazada-pantas-khawatir>
- CNN Indonesia. (2023, September 2). *Kisah 3 Kreator Pecahkan Rekor Penjualan Live Shopping di TikTok*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13(3), 319–339. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- De Veirman, M. (2017). *Marketing Through Instagram Influencers: Impact Of Number Of Followers And Product Divergence On Brand Attitude*.
- Dincer, C., & Dincer, B. (2023). Social Commerce and Purchase Intention: A Brief Look at the Last Decade by Bibliometrics. *Sustainability (Switzerland)*, 15(1). <https://doi.org/10.3390/su15010846>
- Dong, X., Liu, X., & Xiao, X. (2023). Understanding the influencing mechanism of users' participation in live streaming shopping: A socio-technical perspective. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1082981>
- Donovan, R. (2001). *Store Atmosphere: An Environmental Psychology Approach ABCs of mental health View project Doping in sport View project*. <https://www.researchgate.net/publication/248766608>
- Gading, S. (2023). Harga di Social Commerce Murah Banget, Mendag: Persaingannya Tidak Sehat. *Detik Finance*. <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-6956146/harga-di-social-commerce-murah-banget-mendag-persaingannya-tidak-sehat>
- Gao, X., Yee, C. L., & Choo, W. C. (2022). How Attachment and Community Identification Affect User Stickiness in Social Commerce: A Consumer Engagement Experience Perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 14(20). <https://doi.org/10.3390/su142013633>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk penelitian empiris*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Classroom Companion: Business Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R AAWorkbook*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hasim, M. A., & Ishak, M. F. (2020). Factors Influencing Gen-Y in Malaysia to Purchase Impulsively: A Mediating Effect of Perceived Enjoyment. *International Journal of Innovation, Creativity and Change, Volume 11*(Issue 5). www.ijicc.net
- Hermawan, A. (2009). *Penelitian Bisnis - Paragidma Kuantitati*. Grasindo. <https://books.google.co.id/books?id=XOytduwzBzAC>
- Ho, C. I., Liu, Y., & Chen, M. C. (2022). Factors Influencing Watching and Purchase Intentions on Live Streaming Platforms: From a 7Ps Marketing Mix Perspective. *Information (Switzerland)*, *13*(5). <https://doi.org/10.3390/info13050239>
- Hu, M., & Chaudhry, S. S. (2020). Enhancing consumer engagement in e-commerce live streaming via relational bonds. *Internet Research*, *30*(3), 1019–1041. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2019-0082>
- Ji, M., Liu, Y., & Chen, X. (2023). An eye-tracking study on the role of attractiveness on consumers' purchase intentions in e-commerce live streaming. *Electronic Commerce Research*. <https://doi.org/10.1007/s10660-023-09738-w>
- Juniwati. (2015). Pengaruh Perceived Ease of Use, Enjoyment dan Trust Terhadap Repurchase Intention dengan Customer Satisfaction Sebagai Intervening pada Belanja Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak). In *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 4, Issue 1).
- Kang, K., Lu, J., Guo, L., & Li, W. (2021). The dynamic effect of interactivity on customer engagement behavior through tie strength: Evidence from live streaming commerce platforms. *International Journal of Information Management*, *56*, 102251. <https://doi.org/10.1016/J.IJINFOMGT.2020.102251>
- Karim, M. W., Chowdhury, M. A. M., Al Masud, M. A., & Arifuzzaman, M. (2021). Analysis of factors influencing impulse buying behavior towards e-tailing sites. *Contemporary Management Research*, *17*(2), 97–126. <https://doi.org/10.7903/CMR.20457>
- Kim, S., & Park, H. (2013). Effects of various characteristics of social commerce (s-commerce) on consumers' trust and trust performance. *International Journal of Information Management*, *33*(2), 318–332.

- Kripesh, A. S., Prabhu, H. M., & Sriram, K. V. (2020). An empirical study on the effect of product information and perceived usefulness on purchase intention during online shopping in India. In *Int. J. Business Innovation and Research* (Vol. 21, Issue 4).
- Kristi, G. O., Tumpal, D., & Aruan, H. (2023). FACTORS AFFECTING ONLINE IMPULSE BUYING BEHAVIOR OF FASHION PRODUCTS ON LIVE: INSTAGRAM VS TIKTOK. In *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)* (Vol. 6, Issue 3).
- Kurniawan, S., & Tankoma, A. (2023). The Effect of Perceived Ease of Use and Perceived Enjoyment on Customer Trust and Loyalty in Online Food Delivery Service. *Binus Business Review*, *14*(2), 163–170. <https://doi.org/10.21512/bbr.v14i2.8874>
- Lee, C. H., & Chen, C. W. (2021). Impulse buying behaviors in live streaming commerce based on the stimulus-organism-response framework. *Information (Switzerland)*, *12*(6). <https://doi.org/10.3390/info12060241>
- Lee, C. H., Chen, C. W., Huang, S. F., Chang, Y. T., & Demirci, S. (2021a). Exploring consumers' impulse buying behavior on online apparel websites: An empirical investigation on consumer perceptions. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, *12*(1), 83–106. <https://doi.org/10.7903/ijecs.1971>
- Lee, C. H., Chen, C. W., Huang, S. F., Chang, Y. T., & Demirci, S. (2021b). Exploring consumers' impulse buying behavior on online apparel websites: An empirical investigation on consumer perceptions. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, *12*(1), 83–106. <https://doi.org/10.7903/ijecs.1971>
- Li, Y., Li, X., & Cai, J. (2021). How attachment affects user stickiness on live streaming platforms: A socio-technical approach perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *60*, 102478. <https://doi.org/10.1016/J.JRETCONSER.2021.102478>
- Li, Y., Yang, W., & Zhou, Y. (2023). Research on the Profit Model of Tiktok Live Broadcast E-commerce Platform. In *Business, Economics and Management GAGBM* (Vol. 2023).
- Liu, Y., Li, H., & Hu, F. (2013). Website attributes in urging online impulse purchase: An empirical investigation on consumer perceptions. *Decision Support Systems*, *55*(3), 829–837. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2013.04.001>

- Ma, L., Gao, S., & Zhang, X. (2022). How to Use Live Streaming to Improve Consumer Purchase Intentions: Evidence from China. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(2). <https://doi.org/10.3390/su14021045>
- Marza, S., Idris, I., & Abror, A. (2019). *The Influence of Convenience, Enjoyment, Perceived Risk, And Trust On The Attitude Toward Online Shopping*.
- Masri, N. W., Ruangkanjanases, A., & Chen, S. C. (2021). The effects of product monetary value, product evaluation cost, and customer enjoyment on customer intention to purchase and reuse vendors: Institutional trust-based mechanisms. *Sustainability (Switzerland)*, *13*(1), 1–20. <https://doi.org/10.3390/su13010172>
- Moreno, D. E., Fabre, E., & Pasco, M. (2022). Atmospheric Cues Roles: Customer's Online Trust, Perceived Enjoyment, and Impulse Buying Behavior. *Open Journal of Business and Management*, *10*(01), 223–244. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.101014>
- Parboteeah, D., Valacich, J., & Wells, J. (2009). The Influence of Website Characteristics on a Consumer's Urge to Buy Impulsively. *Information Systems Research*, *20*, 60–78. <https://doi.org/10.1287/isre.1070.0157>
- Peng, L., Cui, G., Chung, Y., & Zheng, W. (2020). The faces of success: Beauty and ugliness premiums in e-commerce platforms. *Journal of Marketing*, *84*(4), 67–85. <https://doi.org/10.1177/0022242920914861>
- Qin, C., Zeng, X., Liang, S., & Zhang, K. (2023). Do Live Streaming and Online Consumer Reviews Jointly Affect Purchase Intention? *Sustainability (Switzerland)*, *15*(8). <https://doi.org/10.3390/su15086992>
- Rosariana, B. (2021). Generasi “Milenial” Dan Generasi “Kolonial.” *Djkn.Kemenkeu.Go.Id*.
- Rouibah, K., Lowry, P. B., & Hwang, Y. (2016). The effects of perceived enjoyment and perceived risks on trust formation and intentions to use online payment systems: New perspectives from an Arab country. *Electronic Commerce Research and Applications*, *19*, 33–43. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2016.07.001>
- Septiani, I. (2023, January 27). Live Streaming TikTok Kalahkan Shopee di Indonesia. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/63d356a76fdca/live-streaming-tiktok-kalahkan-shopee-di-indonesia>
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan

- Aplikasi Marketplace. In *Jurnal Infortech* (Vol. 4, Issue 2).
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infortech139>
- Shang, Q., Ma, H., Wang, C., & Gao, L. (2023). Effects of Background Fitting of e-Commerce Live Streaming on Consumers' Purchase Intentions: A Cognitive-Affective Perspective. *Psychology Research and Behavior Management*, 16, 149–168. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S393492>
- Sobari, N. (2022). The Effect Of Live Streaming On Purchase Intention Of E-Commerce Customers. *The 6 Th International Conference on Family Business and Entrepreneurship*. <http://ejournal.president.ac.id/presunivojs/index.php/ICFBE/article/view/3781>
- Su, C. Y., & Chiu, C. H. (2021). Perceived Enjoyment and Attractiveness Influence Taiwanese Elementary School Students' Intention to Use Interactive Video Learning. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 37(6), 574–583.
<https://doi.org/10.1080/10447318.2020.1841423>
- Subagyo. (2021). E-commerce live streaming meningkat signifikan di Indonesia. *Antara News*. <https://www.antaraneews.com/berita/1968560/e-commerce-live-streaming-meningkat-signifikan-di-indonesia>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Trio Febriyantoro, M. (2022). *Peranan Perception Of Digital Celebrities Terhadap Live-Stream Shopping Intentions*. 6(1).
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- Wongkitrungrueng, A., & Assarut, N. (2020). The role of live streaming in building consumer trust and engagement with social commerce sellers. *Journal of Business Research*, 117, 543–556.
<https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2018.08.032>
- Wu, I. L., Chen, K. W., & Chiu, M. L. (2016). Defining key drivers of online impulse purchasing: A perspective of both impulse shoppers and system users. *International Journal of Information Management*, 36(3), 284–296. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.11.015>
- Xiang, L., Zheng, X., Lee, M. K. O., & Zhao, D. (2016). Exploring consumers' impulse buying behavior on social commerce platform: The role of parasocial interaction. *International Journal of Information Management*, 36(3), 333–347.
<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2015.11.002>

- Xu, H., Zhang, K. Z. K., & Zhao, S. J. (2020). A dual systems model of online impulse buying. *Industrial Management and Data Systems*, 120(5), 845–861. <https://doi.org/10.1108/IMDS-04-2019-0214>
- Xu, X., Wu, J.-H., & Li, Q. (2020). What Drives Consumer Shopping Behavior In Live Streaming Commerce? *Journal of Electronic Commerce Research*.
- Yin, J., Huang, Y., & Ma, Z. (2023). Explore the Feeling of Presence and Purchase Intention in Livestream Shopping: A Flow-Based Model. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(1), 237–256. <https://doi.org/10.3390/jtaer18010013>
- Zhang, M., Luo, M., Nie, R., & Zhang, Y. (2017). Technical attributes, health attribute, consumer attributes and their roles in adoption intention of healthcare wearable technology. *International Journal of Medical Informatics*, 108, 97–109. <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2017.09.016>
- Zheng, X., Men, J., Yang, F., & Gong, X. (2019). Understanding impulse buying in mobile commerce: An investigation into hedonic and utilitarian browsing. *International Journal of Information Management*, 48, 151–160. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.02.010>
- Zhu, B., Kowatthanakul, S., & Satanasavapak, P. (2020). Generation Y consumer online repurchase intention in Bangkok: Based on Stimulus-Organism-Response (SOR) model. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 48(1), 53–69. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-04-2018-0071>



LAMPIRAN 1
KUESIONER

Salam,

Perkenalkan, saya **Jaya Dwi Nurcholis** mahasiswa Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir (Tesis), saya meminta ketersediaan Bapak/ Ibu/ Saudara (i) untuk menjadi responden dalam penelitian ini, adapun kriterianya sebagai berikut:

- 1. Pengguna Tiktok**
- 2. Berusia 19-40 tahun**
- 3. Pernah berbelanja melalui live streaming Tiktok maks 2 bulan terakhir.**

Jika Bapak/ Ibu/ Saudara (i) telah memenuhi kriteria sebagai responden. Saya mohon ketersediannya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dengan cara meluangkan waktu 5-10 menit untuk mengisi kuesioner dibawah.

Kuesioner ini akan dibagi menjadi dua bagian, yaitu bagian Data Diri dan bagian Alat Ukur dengan 37 pertanyaan. Semua informasi yang anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Jika ada yang ingin ditanyakan terkait penelitian ini, Anda dapat menghubungi saya selaku peneliti melalui whatsapp admin: [+62 851-5640-2387](https://wa.me/6285156402387)

Akhir kata saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara (i) untuk mengisi kuesioner ini.

Salam,

Jaya Dwi Nurcholis S. Ikom

Kuesioner

A. *Attractiveness*

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	<i>Host live shop</i> memberikan perasaan yang baik pada saya.					
2.	<i>Host live shop</i> berhasil menarik perhatian saya untuk menontonnya lebih lama.					
3.	Saya merasa <i>host live shop</i> bersikap ramah.					
4.	Saya merasa <i>host live streaming</i> bersifat menyenangkan.					

B. *Trustworthiness*

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa <i>host live shop</i> dapat dipercaya.					
2.	Saya percaya pada informasi yang diberikan oleh <i>host live shop</i> .					
3.	Saya percaya produk yang saya terima akan sama dengan yang ditampilkan saat <i>live streaming</i> .					

C. *Purchase Convenience*

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	<i>Live shop</i> tiktok menyediakan tombol untuk mempermudah <i>checkout</i> produk.					
2.	Saya tidak perlu bantuan saat pertama kali belanja <i>live shop</i> tiktok.					
3.	<i>Live shop</i> tiktok sangat mudah digunakan.					
4.	<i>Live shop</i> tiktok memungkinkan saya berbelanja tanpa harus ke luar rumah.					
5.	Saya bisa kapan saja berbelanja pada <i>live shop</i> tiktok.					

D. *Product Information*

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Host menjelaskan produk secara terperinci dan detail.					
2.	Host menjelaskan produk secara menyeluruh tentang manfaat dan fungsinya.					
3.	Penjelasan dari host sangat membantu saya untuk memahami produknya.					

E. Product Price

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Produk yang ditawarkan pada <i>live shop</i> tiktok dengan harga yang wajar.					
2.	<i>Live shop</i> tiktok menyediakan banyak diskon.					
3.	Harga produk pada <i>live shop</i> tiktok lebih murah.					

F. Perceived Enjoyment

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Berbelanja lewat <i>live shop</i> berasa mengasyikan bagi saya.					
2.	Saya senang saat berbelanja dan menonton <i>live shop</i> .					
3.	Suasana yang diciptakan saat <i>live shop</i> membuat saya merasa bahagia.					
4.	Saya merasa kunjungan saya ke <i>live shop</i> mengembirakan.					
5.	Saya menikmati saat menonton <i>live shop</i> .					

G. Perceived Usefulness

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Berbelanja melalui <i>live shop</i> tiktok dapat menghemat waktu belanja saya.					
2.	Saya membeli apa yang saya inginkan melalui <i>live shop</i> tiktok.					
3.	<i>Live shop</i> tiktok membuat saya lebih sering mencari dan membeli produk.					
4.	<i>Live shop</i> tiktok membuat saya mencari produk dengan lebih mudah dibandingkan mencari pada platform lain.					
5.	<i>Live shop</i> tiktok membuat belanja <i>online</i> saya lebih efektif.					

H. *Urge to Impulsive Buying*

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya akan langsung membeli produk yang saya lihat pertama kali pada <i>live shop</i> tiktok karena adanya penawaran yang menarik.					
2.	Program-program yang ditawarkan tiktok live (seperti: diskon terbatas) membuat saya melakukan pembelian secara spontan.					
3.	Tiktok memiliki kemampuan untuk mempengaruhi saya agar melakukan pembelian.					
4.	Selalu memiliki dorongan yang kuat untuk membeli produk yang saya inginkan pada saat menonton <i>live shop</i> tiktok.					
5.	Saya selalu memiliki dorongan yang kuat untuk membeli produk yang saya inginkan pada saat menonton <i>live shop</i> tiktok.					
6.	Saya merasa tidak perlu berpikir panjang untuk membeli produk yang menarik perhatian saya pada saat menonton <i>live shop</i> tiktok.					
7.	Saya sering tidak sadar telah membeli barang- barang yang sebenarnya tidak saya butuhkan karena tertarik dengan potongan harga yang ditawarkan pada saat menonton <i>live shop</i> tiktok.					
8.	Saya membeli suatu produk yang ditawarkan pada saat <i>live shop</i> tiktok tanpa mempertimbangkan harga.					
9.	Saya akan langsung membeli produk yang ditawarkan pada saat menonton <i>live shop</i> tiktok yang saya anggap menarik meskipun tidak membutuhkannya.					



LAMPIRAN 2

JAWABAN

RESPONDEN

No.	At 1	At 2	At 3	At 4	Tr 1	Tr 2	Tr 3	PC 1	PC 2	PC 3	PC 4	PC 5	PI 1	PI 2	PI 3	PP 1	PP 2	PP 3	PE 1	PE 2	PE 3	PE 4	PE 5	PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	PU 5	UI 1	UI 2	UI 3	UI 4	UI 5	UI 6	UI 7	UI 8	UI 9	
1	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	4	4	3	4	3	4	2	2	4	4	4	2	2	4	4	4	2	2	2	2
2	4	5	4	4	3	3	3	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3	2	4	4	4	4	2	3	4
3	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	1	2	4	1	2	2	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	2	2	3	2	4	2	2	2	2	
5	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	
6	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	3	5	3	4	4	
7	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3	3	5	4	4	2	3	3	4	3	4	3	4	4	
8	4	3	4	2	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	2	4	2	2	4	5	4	5	5	2	2	3	4	4	
9	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	4	3	4	5	2	1	1	1	1	3	1	1	1	
10	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	5	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	4	2	3	2	4	3	4	3	4	2	3	4	
11	3	4	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	2	3	3	2	4	5	4	4	4	1	2	3	3	2	
12	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	1	4	1	2	4	2	1	1	1	4	1	2	4	2	
13	3	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	3	3	3	3	4	4	2	2	4
14	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	2	3	4	
15	3	3	5	4	3	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4
16	4	5	3	5	2	3	3	4	4	3	5	5	5	4	5	3	4	5	3	3	3	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	
17	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
18	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	3	3	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4
19	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	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4
20	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	2	2	4	4	2	3	3	4	2	4	2	4	3	
21	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	4	3	2	2	2	3	3	
22	4	5	3	3	3	4	3	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	3	2	2	3	5	4	2	3	3	3	4	2	4	3	3	2	3	4	
23	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	2	2	2	2	3	2	3	3	2	
24	4	4	3	3	3	3	3	4	4	5	4	5	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	4	3	4	1	4	3	

25	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2		
26	3	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	3	1	3	4	4	
27	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	4	3	4	1	2	2	3	3	4	1	3	3		
28	3	4	5	3	4	2	4	3	5	2	4	5	4	4	5	4	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	2	4	4	2	1	4	4		
29	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	3	5	5	5	2	5	4	2	5	5	5	5	5	5		
30	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	3	3	2	4	4		
31	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	4	5	5	5	2	1	2	3	3		
32	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	
33	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	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
34	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
35	4	5	5	4	3	3	4	2	2	2	2	5	5	5	5	4	5	5	3	3	4	3	3	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
36	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	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
37	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	2	5	4	3	4	3	2	1	2	3	5		
38	3	3	4	4	2	3	2	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	3	5	4	3	3	3	3	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
39	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	1	1	1	5	5	1	1	1	1		
40	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	2	4	4		
41	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	
42	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	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
43	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	2	2	2	
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
45	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	3	4	5	5	5	3	5		
46	5	5	5	5	5	5	1	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	
47	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	2	4	3	4		
48	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	4	4	4	4
49	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	

75	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	
76	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4	3	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	4	2	4	2	4	2	4	2		
77	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	
78	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	3	2	3	3	4	
80	3	5	3	3	3	3	3	4	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	
81	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
82	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	2	4	5	5	4	5	3	4	5	5	4	3	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1		
83	4	4	4	3	3	3	3	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2		
84	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	4	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1		
85	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1		
86	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
87	4	3	4	4	3	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
88	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	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	
90	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4		
91	4	4	4	4	4	4	3	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	4	4	4	
92	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	5	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2		
93	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2		
94	3	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	3	3	4	5	5	4	5	5	4	5	2	4	2	3	1	3	2	2		
95	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	
96	3	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	3		
97	2	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	2	3	4	3	4	4	2	2	2	2	2	3	3	4			
98	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
99	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2		

100	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	
101	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4		
102	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3		
103	4	4	4	3	3	3	3	5	5	4	4	5	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	
104	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4		
105	3	4	4	3	4	5	3	4	4	4	5	5	3	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	
106	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	2	3	3
107	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	
108	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3	3	4	3	3	4	4	5	
109	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	4	5	5	5	5	5	5	4	
110	4	2	4	5	4	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2	4	2	4	
111	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	2	4	4		
112	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	1	1	1	1	5	5	5	
113	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
114	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	
115	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4
116	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	
117	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	
118	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	
119	3	4	4	3	3	3	3	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	5	4
120	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	
121	5	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3
122	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
123	4	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	3	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	5	2	4	5	
124	3	4	3	3	3	3	3	4	5	4	2	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	5	2	4	3	5	2	2	2	1	2	2	1	2	2	

150	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	2	4	4		
151	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	2	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	
152	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5		
153	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	3	2	2	2	3	2		
154	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	
155	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	5	5	4	3	4	4	5	
156	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4		
157	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	3	4	4	2	3	4	5	4	
158	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	
159	4	4	3	5	4	4	5	2	2	2	2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	
160	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4
161	4	3	4	2	1	4	2	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	3	2	4	1	4	4	3	4	5	2	4	4	4	5	4	
162	4	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	4	4	
163	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	3	2	4	2	5	4	4	2	4	5	4	5	3	2	1	2	3	4	4	5	4	4	3	5	4	
164	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	
165	5	5	3	4	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	3	2	2	4	3	3	5	4	4	5	5	2	3	3	4	5	4	5	5	4	
166	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	
167	4	4	4	3	5	2	2	4	5	4	4	5	3	4	5	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4	4	1	5	3	4	5	4	5	4	5	3	4	
168	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	
169	4	4	3	4	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4	3	3	5	4	4	5	5	3	4	5	4	5	3	4	3	2	5	4	3	5	4	2	4	
170	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	
171	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	
172	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	2	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	2	4	5	4	5	2	4	5	4	4	3	5	4	
173	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	
174	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4

175	5	4	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	3	5	3	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	5	4		
176	4	3	4	4	5	4	3	2	2	2	2	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	5	3	2	5	4	2		
177	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5		
178	4	4	4	4	4	2	5	5	5	5	4	5	4	3	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	5	3
179	2	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	2	4	2	5	5	3	5	3	4	4	5	4	4	3	5	4	4	3	2	4	5	4		
180	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	
181	3	3	4	4	5	5	5	3	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	2	3	5	4	5	3	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	
182	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	
183	4	5	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	3	3	4	5	3	2	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	3	4	5	3	3	5	3	5		
184	1	2	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	5	4	3	4	4	2	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3	2	4	5	4		
185	3	4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4	5	4	5	3	5	5	4	3	4	5	5	3	4	4	4	5	4	3	5	4		
186	4	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	2	4	5	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	5	4	4	5	2	5	5	4	5	4	5	4	5		
187	4	1	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	3	5	5	5	3	4	3	3	3	3	3	4	3	5	4	5	5	4	4		
188	5	3	4	3	4	2	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	2	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	3	3	4		
189	5	5	5	4	3	5	3	5	4	4	3	4	4	5	5	3	4	5	4	5	4	2	4	5	4	4	4	3	4	3	1	4	4	4	3	3	4		
190	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	2	3	3	2	5	4	4	5	4	5	4	2	3	2	1	5	4	4	3	5	4	2	4	4	3	5		
191	4	5	4	3	4	3	4	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	2	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5		
192	4	5	4	4	4	2	3	4	5	4	5	4	5	4	2	3	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	3		
193	4	2	3	5	4	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	3	4	5	4	4	3	2	3	4	5	4	4	3	5	3	4	5	4	4		
194	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	5	4	2	3	4	5	5	4	3	5		
195	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	2	3	4	5	4	5	4	4	5	5	1	4	5	4	2	4	5	5	4		
196	4	5	4	4	5	4	2	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	3	2	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5		
197	4	4	3	5	4	4	3	4	4	2	5	4	4	4	5	5	4	3	2	4	3	2	2	4	4	3	5	2	4	5	5	4	4	5	4	5	2		
198	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	5	3	4	5	4	3	3	2	2	5	4	5	4	3	5	4	5	4	4	3		
199	4	3	2	4	5	4	4	5	5	4	4	2	4	4	3	5	5	4	4	5	3	4	3	5	4	3	3	4	5	4	4	4	3	2	5	4	3		

200	5	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	4	5	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4	3	3	4	5		
201	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	4	4	4	4	4	4	4		
202	5	5	3	4	4	3	3	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	3	4	4	3	3	5	2	5	3	5	4	4	4	3	5	5	3	5	5		
203	2	4	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4		
204	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
205	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	
206	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	
207	5	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	4	3	3	3	2	4	4	4	4	2	1	2	4	3	4	2	4	4	
208	3	4	3	4	3	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	3	3	3	2	4	2	3	2	
209	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	2	3	1	4	1	3	3	
210	3	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	2	2	3	5	3	
211	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	4	5	
212	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	2	2	3	4	
213	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	
214	5	3	4	4	1	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	1	4	2	2	2	1		
215	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
216	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
217	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	5	3	5	5	4	5	4	4	5	3	3	4	5	5		
218	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	2	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	3	4	4	3	5	5	5	4	3	5	5	5		
219	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	3	3	3	3	4	4	5	5	5		
220	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1		
221	5	5	4	4	3	3	3	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4		
222	5	5	5	4	3	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	3	5	4	2	2	3	4	1	2	2	2	2	
223	3	4	4	3	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	2	5	5	4	3	4	4	
224	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	3	4	2

225	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4				
226	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4		
227	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3
228	4	4	5	4	3	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	
229	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	2	1	3	1	3	1	3	1	3	1
230	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	5
231	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	4	3	5	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
232	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4
233	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
234	4	5	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	2	2	4	2	4	2	4	2	4	4
235	4	3	3	3	3	3	3	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2
236	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3
237	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5