

## BAB V

### PENUTUP

Pada bab ke lima penulis membuat simpulan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Tahap selanjutnya, penulis membuat implikasi manajerial, memaparkan keterbatasan penelitian dan merumuskan saran untuk penelitian selanjutnya.

#### 5.1. Simpulan

1. *Entertainment* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepercayaan merek. Semakin baik *entertainment* dari aktivitas pemasaran media sosial akan meningkatkan kepercayaan konsumen pada merek produk *fashion* Guess.
2. *Interaction* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepercayaan merek. Semakin baik *interaction* dari aktivitas pemasaran media sosial akan meningkatkan kepercayaan konsumen pada merek produk *fashion* Guess.
3. *Trendiness* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepercayaan merek. Semakin baik *trendiness* dari aktivitas pemasaran media sosial akan meningkatkan kepercayaan konsumen pada merek produk *fashion* Guess.
4. *Customization* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepercayaan merek. Semakin baik *customization* dari aktivitas pemasaran

media sosial akan meningkatkan kepercayaan konsumen pada merek produk *fashion* Guess.

5. *Word of mouth* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepercayaan merek. Semakin baik *word of mouth* dari aktivitas pemasaran media sosial akan meningkatkan kepercayaan konsumen pada merek produk *fashion* Guess.
6. *Entertainment* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap ekuitas merek. Semakin baik *entertainment* dari aktivitas pemasaran media sosial akan meningkatkan ekuitas merek produk *fashion* Guess.
7. *Interaction* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap ekuitas merek. Semakin baik *interaction* dari aktivitas pemasaran media sosial akan meningkatkan ekuitas merek produk *fashion* Guess.
8. *Trendiness* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap ekuitas merek. Semakin baik *trendiness* dari aktivitas pemasaran media sosial akan meningkatkan ekuitas merek produk *fashion* Guess.
9. *Customization* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap ekuitas merek. Semakin baik *customization* dari aktivitas pemasaran media sosial akan meningkatkan ekuitas merek produk *fashion* Guess.
10. *Word of mouth* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap ekuitas merek. Semakin baik *word of mouth* dari aktivitas pemasaran media sosial akan meningkatkan ekuitas merek produk *fashion* Guess.

11. Kepercayaan merek memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap ekuitas merek. Semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen akan meningkatkan ekuitas merek produk *fashion* Guess.

## 5.2. Implikasi Manajerial

Aktivitas pemasaran dengan menggunakan media sosial memberikan kontribusi positif bagi perusahaan dalam banyak hal seperti meningkatnya kepercayaan konsumen pada merek maupun ekuitas dari merek produk atau jasa yang bersangkutan. Aktivitas pemasaran melalui media sosial yang terprogram dengan memperhatikan aspek *entertainment*, *interaction*, *trendiness*, *customization*, dan *word of mouth* secara nyata memberikan pengaruh pada peningkatan kepercayaan maupun dan ekuitas merek produk *fashion* Guess. Pada tahapan selanjutnya, tingkat kepercayaan yang dihasilkan atas aktivitas pemasaran media sosial (*entertainment*, *interaction*, *trendiness*, *customization*, dan *word of mouth*) memberikan pengaruh terhadap peningkatan ekuitas merek produk *fashion* Guess.

Hasil penelitian ini memberikan pembuktian secara empirik mengenai peranan aktivitas pemasaran media sosial (*entertainment*, *interaction*, *trendiness*, *customization*, dan *word of mouth*) untuk mendukung kesuksesan perusahaan dalam kaitannya peningkatan kepercayaan merek maupun ekuitas merek. Untuk itu maka penting bagi pihak manajemen untuk melakukan evaluasi dan peningkatan pada hal-hal (indikator) yang dirasa masih kurang optimal berdasarkan penilaian konsumen. Perbaikan dan peningkatan pada indikator-indikator yang dinilai masih

lebih rendah tersebut diharapkan akan mampu meningkatkan kepercayaan maupun ekuitas merek pada level yang lebih tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian dan implikasi manajerial di atas, penulis membuat suatu implikasi manajerial melalui fokus perbaikan pada indikator aktivitas pemasaran media sosial (*entertainment, interaction, trendiness, customization, dan word of mouth*) dan kepercayaan merek yang masih dianggap rendah sebagai berikut:

1. Peningkatan aktivitas pemasaran media sosial pada dimensi *entertainment* fokus pada indikator “Mengikuti media sosial TikTok Guess memberi saya harapan untuk mendapatkan yang saya inginkan”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan lebih banyak informasi dan nilai hiburan bagi pengikut akun TikTok merek Guess. Informasi berkaitan dengan produk produk *fashion* merek Guess akan menjadi lebih berdaya guna ketika ditampilkan secara visuali melalui gambar produk yang lebih detail (tampak muka maupun belakang), warna yang sesuai dengan warna produk yang sesungguhnya, kualitas bahan baku yang digunakan, desain atau motif produk *fashion* yang bersangkutan. Selain itu, perusahaan juga harus mampu menambahkan nilai hiburan dari aktivitas pemasaran melalui media TikTok agar masyarakat menjadi semakin terhibur dengan melihat iklan produk atau merek di media sosial TikTok.
2. Peningkatan aktivitas pemasaran media sosial pada dimensi *interaction* fokus pada indikator “Saya mengikuti media sosial TikTok Guess untuk kampanye promosi”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan

lebih banyak dan lebih besar informasi mengenai promosi penjualan yang sedang berlangsung atau sedang diterapkan. Promosi penjualan dapat dilakukan secara *live* hingga akan terjalin interaksi atau komunikasi dua arah yang interaktif antara konsumen dengan perusahaan. Kegiatan promosi penjualan diadakan dengan frekuensi yang lebih banyak akan mendorong konsumen untuk meningkatkan pengambilan keputusan pembelian mereka.

3. Peningkatan aktivitas pemasaran media sosial pada dimensi *trendiness* fokus pada indikator “TikTok adalah mode terkemuka untuk mengetahui informasi tentang merek Guess”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan aplikasi media sosial yang sedang trend atau memiliki jumlah pengguna terbesar. Penggunaan media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat sebagai sarana komunikasi dan pemasaran akan memperluas dan memperbanyak cakupan daerah pemasaran produk perusahaan.
4. Peningkatan aktivitas pemasaran media sosial pada dimensi *customization* fokus pada indikator “Informasi yang saya butuhkan dapat ditemukan di media sosial TikTok Guess”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan menyediakan ruang dialog yang dapat digunakan masyarakat untuk menanyakan beberapa hal berkaitan dengan produk yang dibutuhkan. Pertanyaan-pertanyaan konsumen tersebut sebaiknya harus dengan segera direspon (dijawab) dengan informasi yang lebih detail.
5. Peningkatan aktivitas pemasaran media sosial pada dimensi *word of mouth* fokus pada indikator “Saya ingin berbagi pendapat tentang merek, barang, atau layanan yang diperoleh dari media sosial TikTok Guess dengan teman-

teman saya”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan fasilitas dan kemudahan yang lebih luas kepada konsumen pengguna produk *fashion* Guess untuk berbagai pengalaman atas konsumen produk *fashion* merek Guess. Selain itu, untuk memberikan stimuli kepada konsumen agar mau dan bersedia berbagai informasi tentang produk *fashion* merek Guess di media sosial TikTok, perusahaan dapat melakukannya dengan memberikan stimuli dalam bentuk pemberian hadiah.

6. Peningkatan aktivitas pemasaran media sosial pada variabel kepercayaan merek fokus pada indikator “Merek Guess adalah merek yang jujur (seperti dalam hal kualitas, harga, informasi produk, dll)”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan garansi kepada konsumen bahwa informasi yang disampaikan sesuai dengan karakteristik produk (bahan baku, kualitas, dll). Garansi tersebut dapat berupa penukaran produk atau pengembalian uang jika produk tidak sesuai (berbeda) dengan informasi yang disampaikan.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya**

Keterbatasan penelitian yang melingkupi penelitian ini antara lain adalah:

- 1) Tidak ada kuesioner yang dapat membuktikan secara eksplisit bahwa responden penelitian ini adalah orang-orang yang telah melakukan pembelian produk *fashion* merek Guess; 2) Tidak menguji peran kepercayaan merek dalam memediasi hubungan antara aktivitas pemasaran media sosial (*entertainment, interaction, trendiness, customization, dan word of mouth*) dengan ekuitas merek. Berdasarkan

hal tersebut maka penulis merumuskan saran untuk penelitian selanjutnya dengan:

1) Menambahkan kuesioner yang dapat digunakan sebagai alat *screening* bahwa responden penelitian adalah orang-orang yang secara nyata pernah melakukan pembelian produk fashion merek Guess dengan pertanyaan “Jenis atau produk merek Guess apa yang sudah anda beli”; dan menguji peran kepercayaan merek sebagai variabel pemediasi pengaruh aktivitas pemasaran media sosial (*entertainment, interaction, trendiness, customization, dan word of mouth*) terhadap ekuitas merek.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A. (2012). Measuring Brand Equity Across Products and Markets. *California Management Review*, Vol. 38.
- Althuwaini, S. (2022). The Effect of Social Media Activities on Brand Loyalty for Banks: The Role of Brand Trust. *Administrative Sciences*, Vol. 12. No. 148.
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bilgin, Y. (2018), The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty, *Business & Management Studies: An International Journal*, Vol. 6, No. 1.
- Bougie, R., dan Sekaran, U. (2020). *Research Methods For Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd
- Deepa, M., dan Priya, V.K. (2022). The Importance of Trust in Understanding the Effects of Social Media Marketing on Brand Equity and Brand Loyalty. *International Journal of Mechanical Engineering*, Vol. 7, No. 4.
- Dzulfaroh, A.N. (2023). *Indonesia Pengguna TikTok Terbesar Kedua di Dunia, Mengapa Aplikasi Ini Begitu Digemari?*", diakses pada 18 Maret 2023.
- Ebrahim, R.S. (2019). The Role of Trust in Understanding the Impact of Social Media Marketing on Brand Equity and Brand Loyalty, *Journal of Relationship Marketing*, Vol. 19, No. 4.
- Godey, B., Manthiou, A., Pederzoli, D., Rokka, J., Aiello, G., Donvito, R., dan Singh, R. (2016). Social Media Marketing Efforts of Luxury Brands: Influence on Brand Equity and Consumer Behavior. *Journal of Business Research*, Vol. 30.
- Hair, Jr, J. F., Howard, M. C., dan Nitzl, C. (2020). Assessing Measurement Model Quality in PLS-SEM Using Confirmatory Composite Analysis. *Journal of Business Research*, Vol. 109.
- Haudi., Handayani, W., Musnainic, Suyoto, Y.T., Prasetio, T., Pitaloka, E., Wijoyo, H., Yonata, H., Koho, I.R., dan Cahyono, Y. (2022). The Effect of Social Media Marketing on Brand Trust, Brand Equity and Brand Loyalty. *International Journal of Data and Network Science*, Vol. 6.
- <https://guess.id/en>. (2023), 40 Year of Guess, diakses pada 18 Maret 2023.
- <https://www.kompas.com/tren/read/2023/01/19/200000065/indonesia-pengguna-tiktok-terbesar-kedua-di-dunia-mengapa-aplikasi-ini?page=all>



- Hung, B.P., dan Khoa, B.T. (2022). Communication Strategies for Interaction in Social Networks: A Multilingual Perspective. *Artificial Intelligence and Cybersecurity, Vol. 1.*
- Ismail, A.R. (2017). The Influence of Perceived Social Media Marketing Activities on Brand Loyalty: The Mediation Effect of Brand and Value Consciousness. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. 29, No. 1.*
- Khadim, R.A., Hanan, M.A., Arshad, A., dan Saleem, N. (2018). Revisiting Antecedents of Brand Loyalty: Impact of Perceived Social Media Communication with Brand Trust and Brand Equity as Mediators. *Academy of Strategic Management Journal, Vol. 17, No. 1.*
- Khoa, B.T., dan Huynh, T.T. (2023). The Influence of Social Media Marketing Activities on Customer Loyalty: A Study of e-Commerce Industry. *International Journal of Data and Network Science, Vol. 7.*
- Kim, A.J., dan Ko, E. (2010). Impacts of Luxury Fashion Brand's Social Media Marketing on Customer Relationship and Purchase Intention. *Journal of Global Fashion Marketing, Vol. 1, No. 3.*
- Kim, A.J., dan Ko, E. (2012). Do Social Media Marketing Activities Enhance Customer Equity? An Empirical Study of Luxury Fashion Brand. *Journal of Business Research, Vol. 65, No. 10.*
- Lau, G.T., dan Lee, S.H. (1999). Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management, Vol. 4.*
- Masa'deh, R., Al-Haddad, S., Al Abed, D., Khalil, H., Al-Momani, L., Khirfan, T. (2021). The Impact of Social Media Activities on Brand Equity. *Information, Vol. 12.*
- Park, N., Kee, K. F., dan Valenzuela, S. (2009). Being Immersed in Social Networking Environment: Facebook Groups, Uses and Gratifications, and Social Outcomes. *Cyberpsychology & Behavior, Vol. 12, No. 6.*
- Seo, E.J., dan Park, J.W. (2018). A Study on the Effects of Social Media Marketing Activities on Brand Equity and Customer Response in the Airline Industry. *Journal of Air Transport Management, Vol. 66.*
- Sohail, M.S., Hasan. M., dan Sohail, A. (2020). The Impact of Social Media Marketing on Brand Trust and Brand Loyalty: An Arab Perspective, *International Journal of Online Marketing, International Journal of Online Marketing, Vol. 10, No. 1.*
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Wu, M.S.F. (2017). A Study on the Effects of Word-of-Mouth on Brand Trust in Tourism Industry. *EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Educatio*, Vol. 13, No. 12.

Yee, W.F., Ng, S.I., Seng, K., Lim, X.J., dan Rathakrishnan, T. (2022). How Does Social Media Marketing Enhance Brand Loyalty? Identifying Mediators Relevant to the Cinema Context. *Journal of Marketing Analytics*, Vol. 10.



## LAMPIRAN I: KUESIONER

### KUESIONER



## PENGARUH AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPERCAYAAN DAN EKUITAS MEREK (Studi Iklan Merek Guess di Akun TikTok)

Kepada Yth:  
Responden  
Di tempat

Dengan hormat,  
perkenalkan saya:

Nama : Michael Novelino  
NPM : 190325045  
Program Studi : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas : Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Saat ini saya sedang melakukan penelitian. Saya membutuhkan data penelitian yang sekiranya Anda dapat membantunya dengan mengisi kuesioner penelitian ini. Atas kesediaannya saya mengucapkan banyak terimakasih. Semoga Tuhan selalu memberikan berkat-berkat yang Anda butuhkan.

Hormat saya:

Michael Novelino

## **BAGIAN I: KARAKTERISTIK RESPONDEN**

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

1. Apakah Anda memiliki aplikasi TikTok:
  - a. Ya, saya memiliki aplikasi TikTok
  - b. Tidak, saya tidak memiliki aplikasi TikTok (*\*Terima kasih, Anda tidak perlu menjawab pertanyaan selanjutnya*)
  
2. Apakah pada saat ini Anda menjadi pengikut (*follower*) akun media TikTok merek Guess:
  - a. Ya, saya menjadi pengikut (*follower*) akun media TikTok merek Guess.
  - b. Tidak, saya tidak atau belum menjadi pengikut (*follower*) akun media TikTok merek Guess (*\*Terima kasih, Anda tidak perlu menjawab pertanyaan selanjutnya*)
  
3. Apakah Anda pernah membeli produk *fashion* merek Guess:
  - a. Ya, saya pernah membeli produk *fashion* merek Guess.
  - b. Tidak, saya tidak atau belum pernah membeli produk *fashion* merek Guess (*\*Terima kasih, Anda tidak perlu menjawab pertanyaan selanjutnya*)
  
4. Berdasarkan ingatan Anda, kapan terakhir kali Anda membeli produk *fashion* merek Guess:
  - a. Kurang dari 6 bulan yang lalu.
  - b. Lebih dari 6 bulan yang lalu (*\*Terima kasih, Anda tidak perlu menjawab pertanyaan selanjutnya*)
  
5. Berdasarkan ingatan Anda, sudah berapa kali Anda membeli produk *fashion* merek Guess:
  - a. 2 sampai 5 kali
  - b. 6 sampai 10 kali
  - c. Lebih dari 10 kali
  
6. Jenis kelamin:
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan

7. Usia Anda saat ini:
- 17 sampai 19 tahun
  - 20 sampai 34 tahun
  - 35 sampai 49 tahun
  - Lebih dari 49 tahun
8. Pendidikan terakhir yang Anda raih:
- SMA/SMK/dibawahnya
  - Diploma (D1 – D3)
  - Sarjana (S1)
  - Pasca Sarjana (S2 / S3)
9. Rata-rata pendapatan atau uang saku Anda dalam 1 bulan:
- $\leq$  Rp 2.000.000
  - Rp 2.000.001 sampai Rp 4.000.000
  - Rp 4.000.001 sampai Rp 6.000.000
  - Rp 6.000.001 sampai Rp 8.000.000
  - Rp 8.000.001 sampai Rp 10.000.000
  - $\geq$  Rp 10.000.001
10. Rata-rata anggaran belanja produk *fashion* dalam 1 bulan:
- $\leq$  Rp 100.000
  - Rp 100.001 sampai Rp 200.000
  - Rp 200.001 sampai Rp 300.000
  - Rp 300.001 sampai Rp 400.000
  - Rp 400.001 sampai Rp 500.000
  - $\geq$  Rp 500.001

## **BAGIAN II: KUESIONER PENELITIAN**

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

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

### **PEMASARAN MEDIA SOSIAL**

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
<b><i>Entertainment</i></b>						
1	Mengikuti halaman media sosial TikTok Guess adalah hal yang menyenangkan					
2	Konten media sosial TikTok Guess menarik					
3	Mengikuti media sosial TikTok Guess memberi saya harapan untuk mendapatkan yang saya inginkan					
4	Mengikuti media sosial TikTok Guess memberi saya kebahagiaan					
5	Media sosial TikTok Guess memungkinkan berbagi informasi dengan orang lain					
<b><i>Interaction</i></b>						
6	Percakapan atau pertukaran pendapat (informasi) dengan orang lain dimungkinkan melalui media sosial TikTok Guess					
7	Mudah bagi saya untuk menyampaikan pendapat melalui media sosial TikTok Guess					
8	Saya mengikuti media sosial TikTok Guess untuk kampanye promosi					
<b><i>Trendiness</i></b>						
9	Konten yang ditampilkan media sosial TikTok Guess adalah yang terkini (ter <i>up date</i> )					
10	Penggunaan media sosial TikTok Guess sedang tren					
11	TikTok adalah mode terkemuka untuk mengetahui informasi tentang merek Guess.					

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
<b>Customization</b>						
12	Informasi yang saya butuhkan dapat ditemukan di media sosial TikTok Guess					
13	Media sosial TikTok Guess menyediakan layanan yang disesuaikan kebutuhan konsumen					
14	Sangat mudah untuk menggunakan media sosial TikTok Guess					
15	Media sosial TikTok Guess dapat digunakan kapan saja, di mana saja.					
<b>Word of Mouth</b>						
16	Saya ingin menyampaikan informasi tentang layanan perusahaan dari media sosial TikTok Guess kepada teman-teman saya					
17	Saya ingin mengunggah konten dari media sosial TikTok Guess di blog saya (seperti: Facebook, Twitter, dll).					
18	Saya ingin berbagi pendapat tentang merek, barang, atau layanan yang diperoleh dari media sosial TikTok Guess dengan teman-teman saya.					

#### KEPERCAYAAN MEREK

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Merek Guess adalah merek yang jujur (seperti dalam hal kualitas, harga, informasi produk, dll)					
2	Merek Guess bekerja (menciptakan produk <i>fashion</i> ) untuk kebahagiaan (memenuhi kesenangan) saya					
3	Merek Guess bekerja keras (menciptakan produk <i>fashion</i> ) untuk memuaskan (memenuhi kebutuhan) saya					
4	Janji merek Guess nyata diimplementasikan pada produk-produk <i>fashion</i> nya					

**EKUITAS MEREK**

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Bahkan jika merek lain memiliki penawaran yang sama dengan merek Guess, saya lebih memilih penawaran dari merek Guess					
2	Jika ada merek lain yang sebaik merek Guess, saya lebih suka merek Guess					
3	Jika layanan merek lain sama sekali tidak berbeda dengan merek Guess, tampaknya lebih cerdas bagi saya untuk membeli merek Guess					

**# TERIMAKASIH ATAS PARTISIPASI ANDA #**





## LAMPIRAN II: DATA JAWABAN RESPONDEN

No	Memiliki aplikasi TikTok	Pengikut (follower) akun media TikTok merek Guess	Pernah membeli produk fashion Guess	Terakhir kali membeli	Frekuensi membeli
1	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
2	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
3	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
4	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
5	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
6	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
7	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
8	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
9	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
10	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
11	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
12	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
13	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
14	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
15	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
16	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
17	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
18	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
19	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
20	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
21	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
22	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
23	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
24	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
25	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
26	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
27	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
28	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
29	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
30	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
31	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
32	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
33	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
34	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
35	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
36	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
37	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
38	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
39	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
40	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
41	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
42	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
43	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
44	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
45	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
46	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
47	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
48	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
49	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
50	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali

No	Memiliki aplikasi TikTok	Pengikut (follower) akun media TikTok merek Guess	Pernah membeli produk fashion Guess	Terakhir kali membeli	Frekuensi membeli
51	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
52	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
53	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
54	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
55	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
56	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
57	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
58	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
59	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
60	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
61	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
62	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
63	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
64	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
65	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
66	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
67	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
68	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
69	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
70	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
71	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
72	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
73	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
74	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
75	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
76	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
77	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
78	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
79	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
80	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
81	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
82	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
83	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
84	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
85	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
86	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
87	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
88	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
89	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
90	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
91	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
92	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
93	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
94	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
95	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
96	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
97	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
98	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
99	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
100	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali

No	Memiliki aplikasi TikTok	Pengikut (follower) akun media TikTok merek Guess	Pernah membeli produk fashion Guess	Terakhir kali membeli	Frekuensi membeli
101	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
102	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
103	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
104	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
105	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
106	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
107	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
108	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
109	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
110	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
111	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
112	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
113	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
114	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
115	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
116	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
117	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
118	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
119	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
120	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
121	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
122	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
123	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
124	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
125	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
126	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
127	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
128	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
129	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
130	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
131	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
132	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
133	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
134	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
135	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
136	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
137	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
138	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
139	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
140	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
141	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
142	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
143	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	Lebih dari 10 kali
144	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
145	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
146	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
147	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
148	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali
149	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	2 sampai 5 kali
150	Ya	Ya	Ya	Kurang dari 6 bulan yang lalu	6 sampai 10 kali

No	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan	Pendapatan/ uang saku	Rata-rata anggaran belanja
1	Laki-laki	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
2	Perempuan	21 - 34 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
3	Laki-laki	17 - 20 th	SMA/SMK/dibawahnya	<= Rp 2.000.000	<= Rp 100.000
4	Perempuan	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
5	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
6	Laki-laki	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
7	Laki-laki	35 - 49 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
8	Laki-laki	21 - 34 th	Diploma (D1 – D3)	<= Rp 2.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
9	Perempuan	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	<= Rp 2.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
10	Laki-laki	Lebih dari 49 th	Sarjana (S1)	Rp 8.000.001 - Rp 10.000.000	>= Rp 500.001
11	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
12	Laki-laki	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
13	Perempuan	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
14	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
15	Laki-laki	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	<= Rp 2.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
16	Laki-laki	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
17	Perempuan	Lebih dari 49 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
18	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
19	Laki-laki	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	<= Rp 2.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
20	Perempuan	35 - 49 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
21	Perempuan	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
22	Perempuan	21 - 34 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
23	Perempuan	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	<= Rp 2.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
24	Laki-laki	35 - 49 th	Sarjana (S1)	>= Rp 10.000.001	>= Rp 500.001
25	Laki-laki	21 - 34 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
26	Laki-laki	Lebih dari 49 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 400.001 - Rp 500.000
27	Perempuan	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
28	Laki-laki	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
29	Perempuan	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 400.001 - Rp 500.000
30	Laki-laki	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
31	Laki-laki	21 - 34 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
32	Laki-laki	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
33	Laki-laki	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
34	Perempuan	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
35	Laki-laki	Lebih dari 49 th	Sarjana (S1)	Rp 8.000.001 - Rp 10.000.000	Rp 400.001 - Rp 500.000
36	Perempuan	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
37	Laki-laki	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
38	Perempuan	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
39	Laki-laki	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
40	Perempuan	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
41	Perempuan	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
42	Perempuan	Lebih dari 49 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
43	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
44	Perempuan	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
45	Perempuan	35 - 49 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
46	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
47	Perempuan	21 - 34 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
48	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
49	Laki-laki	35 - 49 th	Sarjana (S1)	>= Rp 10.000.001	>= Rp 500.001
50	Perempuan	21 - 34 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000

No	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan	Pendapatan/ uang saku	Rata-rata anggaran belanja
51	Perempuan	Lebih dari 49 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
52	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
53	Perempuan	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
54	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 400.001 - Rp 500.000
55	Laki-laki	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 8.000.001 - Rp 10.000.000	Rp 400.001 - Rp 500.000
56	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
57	Perempuan	21 - 34 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
58	Laki-laki	17 - 20 th	SMA/SMK/dibawahnya	<= Rp 2.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
59	Laki-laki	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
60	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
61	Laki-laki	21 - 34 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
62	Laki-laki	35 - 49 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
63	Perempuan	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
64	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 400.001 - Rp 500.000
65	Perempuan	Lebih dari 49 th	Sarjana (S1)	Rp 8.000.001 - Rp 10.000.000	Rp 400.001 - Rp 500.000
66	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
67	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
68	Perempuan	35 - 49 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
69	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
70	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
71	Perempuan	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
72	Perempuan	Lebih dari 49 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
73	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
74	Perempuan	35 - 49 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
75	Perempuan	35 - 49 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
76	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
77	Perempuan	21 - 34 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
78	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
79	Perempuan	35 - 49 th	Sarjana (S1)	>= Rp 10.000.001	>= Rp 500.001
80	Laki-laki	21 - 34 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
81	Laki-laki	Lebih dari 49 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
82	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
83	Laki-laki	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
84	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 8.000.001 - Rp 10.000.000	Rp 400.001 - Rp 500.000
85	Laki-laki	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
86	Laki-laki	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
87	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
88	Laki-laki	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
89	Laki-laki	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
90	Laki-laki	Lebih dari 49 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
91	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 400.001 - Rp 500.000
92	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 400.001 - Rp 500.000
93	Perempuan	35 - 49 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
94	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
95	Perempuan	21 - 34 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
96	Perempuan	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
97	Perempuan	35 - 49 th	Sarjana (S1)	>= Rp 10.000.001	>= Rp 500.001
98	Perempuan	21 - 34 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
99	Perempuan	Lebih dari 49 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
100	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000

No	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan	Pendapatan/ uang saku	Rata-rata anggaran belanja
101	Perempuan	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
102	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 8.000.001 - Rp 10.000.000	Rp 400.001 - Rp 500.000
103	Perempuan	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
104	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
105	Perempuan	21 - 34 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
106	Laki-laki	17 - 20 th	SMA/SMK/dibawahnya	<= Rp 2.000.000	<= Rp 100.000
107	Perempuan	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
108	Perempuan	17 - 20 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
109	Perempuan	35 - 49 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
110	Perempuan	35 - 49 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
111	Laki-laki	21 - 34 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
112	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
113	Laki-laki	Lebih dari 49 th	Sarjana (S1)	Rp 8.000.001 - Rp 10.000.000	Rp 400.001 - Rp 500.000
114	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
115	Laki-laki	Lebih dari 49 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
116	Perempuan	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
117	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
118	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
119	Laki-laki	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
120	Perempuan	Lebih dari 49 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
121	Perempuan	17 - 20 th	SMA/SMK/dibawahnya	<= Rp 2.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
122	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
123	Perempuan	35 - 49 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
124	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
125	Perempuan	21 - 34 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
126	Perempuan	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
127	Laki-laki	35 - 49 th	Sarjana (S1)	>= Rp 10.000.001	>= Rp 500.001
128	Perempuan	35 - 49 th	Pasca Sarjana (S2 / S3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
129	Laki-laki	Lebih dari 49 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
130	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
131	Laki-laki	17 - 20 th	SMA/SMK/dibawahnya	<= Rp 2.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
132	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 8.000.001 - Rp 10.000.000	Rp 400.001 - Rp 500.000
133	Laki-laki	21 - 34 th	SMA/SMK/dibawahnya	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
134	Laki-laki	Lebih dari 49 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
135	Perempuan	21 - 34 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
136	Perempuan	17 - 20 th	SMA/SMK/dibawahnya	<= Rp 2.000.000	<= Rp 100.000
137	Perempuan	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 6.000.001 - Rp 8.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
138	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 100.001 - Rp 200.000
139	Laki-laki	21 - 34 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
140	Laki-laki	35 - 49 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
141	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
142	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
143	Laki-laki	Lebih dari 49 th	Sarjana (S1)	Rp 8.000.001 - Rp 10.000.000	Rp 400.001 - Rp 500.000
144	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
145	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
146	Perempuan	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
147	Perempuan	21 - 34 th	Diploma (D1 – D3)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000
148	Perempuan	17 - 20 th	SMA/SMK/dibawahnya	<= Rp 2.000.000	<= Rp 100.000
149	Perempuan	35 - 49 th	Sarjana (S1)	Rp 4.000.001 - Rp 6.000.000	Rp 300.001 - Rp 400.000
150	Laki-laki	21 - 34 th	Sarjana (S1)	Rp 2.000.001 - Rp 4.000.000	Rp 200.001 - Rp 300.000

No	ENT.1	ENT.2	ENT.3	ENT.4	ENT.5	INT.1	INT.2	INT.3	TREN.1	TREN.2	TREN.3
1	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
6	2	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4
7	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2
10	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
11	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5
12	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5
13	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3
14	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
15	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4
16	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4
19	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
20	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
22	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
23	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	4	3	3	4	5	4	5	5	5	4
26	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
27	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
28	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4
29	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
30	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
31	2	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3
32	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
34	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3
35	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
36	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
37	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3
38	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
41	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5
42	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5
43	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3
44	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
45	5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	5
46	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
48	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
49	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
50	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4

No	ENT.1	ENT.2	ENT.3	ENT.4	ENT.5	INT.1	INT.2	INT.3	TREN.1	TREN.2	TREN.3
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5
52	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
56	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5
57	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4
58	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4
59	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2
60	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4
61	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
62	3	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4
63	2	2	2	2	1	3	3	3	4	4	3
64	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	3
65	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
66	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
67	4	4	5	3	2	2	3	2	2	2	3
68	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
69	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3
70	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
71	3	3	3	4	5	5	3	3	4	5	4
72	3	4	4	4	3	2	2	2	3	3	3
73	2	3	2	4	4	4	3	3	4	4	3
74	3	2	3	2	2	3	3	3	4	4	4
75	4	4	3	3	3	3	4	3	5	5	5
76	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
77	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3
78	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
79	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
80	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
81	2	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3
82	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3
83	4	4	3	3	3	5	5	5	3	3	3
84	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4
85	2	3	2	4	4	4	3	3	4	4	3
86	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
87	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5
88	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
89	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2	3
90	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
91	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2	2
92	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
93	2	3	2	2	2	4	3	3	4	4	3
94	3	3	3	4	4	5	5	5	4	3	3
95	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
96	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
97	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
98	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	5
99	3	3	2	3	3	5	3	3	3	2	3
100	3	3	3	4	5	3	3	3	4	4	3



No	ENT.1	ENT.2	ENT.3	ENT.4	ENT.5	INT.1	INT.2	INT.3	TREN.1	TREN.2	TREN.3
101	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
102	3	3	3	4	4	4	3	3	5	5	4
103	4	4	5	4	5	4	3	3	3	3	3
104	3	3	3	4	3	5	4	4	3	3	5
105	4	4	5	3	2	4	3	3	3	2	3
106	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4
107	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
108	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
109	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2
110	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	3
111	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
112	4	4	4	4	3	4	5	5	3	3	3
113	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
114	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
115	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
117	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
118	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
119	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
120	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3
121	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
122	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4
123	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
124	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4
125	3	3	4	3	2	4	4	3	3	3	3
126	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3
127	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
128	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
129	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4
130	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
131	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
132	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3
133	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3
134	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
135	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5
136	4	4	5	3	2	4	4	4	4	4	3
137	4	4	3	3	3	3	4	3	5	5	5
138	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4
139	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
140	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3
141	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
142	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3
143	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5
144	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
145	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
146	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3
147	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3
148	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3
149	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
150	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3

No	CUST.1	CUST.2	CUST.3	CUST.4	WOM.1	WOM.2	WOM.3	KPC.1	KPC.2	KPC.3	KPC.4
1	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3
2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
5	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4
6	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3
7	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3
10	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
11	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5
12	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
13	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3
14	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
15	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4
16	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5
17	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5
18	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3
19	2	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3
20	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
21	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4
22	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
23	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	3
29	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
30	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3
31	5	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4
32	3	3	4	3	3	3	3	3	5	4	4
33	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4
34	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
35	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
36	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
37	3	4	4	4	3	2	2	2	2	2	2
38	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4
39	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
40	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
43	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3
44	3	4	4	3	5	5	5	3	4	5	4
45	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
46	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4
47	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
48	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3
49	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
50	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5

No	CUST.1	CUST.2	CUST.3	CUST.4	WOM.1	WOM.2	WOM.3	KPC.1	KPC.2	KPC.3
51	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5
52	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
58	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4
59	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4
60	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3
61	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
62	4	4	5	5	3	4	4	3	3	3
63	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3
66	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3
67	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2
68	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3
69	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
70	3	4	4	4	4	4	3	3	2	2
71	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3
72	3	3	4	4	2	3	2	3	2	3
73	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3
74	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3
75	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
76	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
77	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3
78	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
79	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3
80	4	4	4	5	3	3	3	3	3	3
81	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
82	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4
83	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5
85	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3
86	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4
87	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5
88	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
89	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1
90	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
91	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
92	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
93	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4
94	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
95	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3
96	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
97	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5
98	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3
99	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
100	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4

No	CUST.1	CUST.2	CUST.3	CUST.4	WOM.1	WOM.2	WOM.3	KPC.1	KPC.2	KPC.3
101	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5
102	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
103	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4
104	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
105	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4
106	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
107	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
108	4	5	4	5	4	4	3	3	4	4
109	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
110	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3
111	3	4	4	3	4	5	5	3	3	3
112	3	3	3	3	4	5	5	3	4	4
113	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4
114	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
115	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
116	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
117	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
119	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
120	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
121	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3
122	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
123	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
124	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
125	3	4	3	4	4	4	4	4	3	5
126	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4
127	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
128	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
129	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
130	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5
131	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4
132	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5
133	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
134	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3
135	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
136	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
137	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
138	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4
139	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3
140	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3
141	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
142	4	3	4	4	5	5	4	3	4	5
143	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
144	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3
145	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
146	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3
147	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
148	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
149	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
150	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4

No	BE.1	BE.2	BE.3
1	4	5	4
2	3	3	4
3	4	3	3
4	4	4	4
5	5	4	5
6	3	3	3
7	5	5	4
8	5	5	5
9	3	2	3
10	4	4	3
11	4	5	5
12	4	5	5
13	3	3	3
14	5	5	5
15	4	4	4
16	5	5	5
17	5	5	5
18	4	4	4
19	3	3	3
20	5	5	4
21	4	4	4
22	5	5	4
23	5	4	5
24	5	5	5
25	5	5	5
26	5	4	4
27	4	4	4
28	4	3	3
29	4	4	4
30	4	4	4
31	4	3	3
32	4	4	4
33	4	4	5
34	3	3	3
35	5	5	4
36	5	5	5
37	2	2	2
38	4	4	3
39	4	5	4
40	4	5	4
41	5	5	5
42	4	4	4
43	4	4	4
44	5	5	4
45	5	5	5
46	4	4	4
47	5	5	5
48	4	5	4
49	4	5	4
50	5	5	5



No	BE.1	BE.2	BE.3
51	5	4	5
52	5	5	5
53	5	5	5
54	5	4	4
55	4	4	4
56	5	5	5
57	5	4	4
58	4	4	4
59	3	3	3
60	3	3	3
61	4	3	4
62	4	3	4
63	4	4	3
64	3	3	3
65	3	3	3
66	3	3	4
67	2	3	2
68	3	3	4
69	4	3	3
70	3	3	3
71	3	3	4
72	3	2	2
73	4	3	4
74	3	3	3
75	4	4	4
76	4	4	4
77	4	4	4
78	3	3	4
79	3	3	4
80	4	4	4
81	3	3	3
82	4	4	4
83	4	4	4
84	5	5	5
85	3	3	3
86	3	3	3
87	5	5	5
88	4	4	4
89	2	2	2
90	5	5	5
91	3	3	3
92	4	3	3
93	3	3	3
94	4	4	4
95	3	3	3
96	4	4	4
97	4	4	4
98	4	3	3
99	3	3	3
100	4	3	3



No	BE.1	BE.2	BE.3
101	5	4	5
102	4	4	4
103	4	4	4
104	4	4	4
105	4	4	4
106	4	4	4
107	3	3	4
108	4	3	4
109	3	3	3
110	3	3	3
111	4	4	4
112	5	4	4
113	5	4	4
114	5	5	5
115	4	4	4
116	4	4	4
117	4	4	4
118	4	4	4
119	5	4	4
120	3	3	4
121	3	3	3
122	5	4	4
123	5	5	5
124	4	4	4
125	3	3	4
126	4	5	4
127	5	4	4
128	4	4	4
129	4	4	4
130	5	4	4
131	4	4	4
132	5	4	4
133	5	4	4
134	3	3	3
135	4	4	4
136	3	3	4
137	4	3	4
138	4	4	4
139	4	3	2
140	3	3	4
141	5	5	4
142	4	4	4
143	4	5	5
144	3	3	4
145	4	4	4
146	4	3	4
147	4	4	4
148	4	4	4
149	4	4	4
150	4	3	3



### LAMPIRAN III: UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

#### Validitas dan Reliabilitas: Entertainment

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,874	5

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ENT.1	15,80	7,062	,825	,816
ENT.2	16,07	7,306	,695	,850
ENT.3	16,03	7,964	,639	,862
ENT.4	16,03	7,757	,644	,861
ENT.5	15,93	7,582	,713	,845

##### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19,97	11,413	3,378	5



## Validitas dan Reliabilitas: Interaction

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
INT.1	8,40	2,041	,664	,867
INT.2	8,13	1,637	,806	,733
INT.3	8,07	1,651	,747	,794

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12,30	3,734	1,932	3

## Validitas dan Reliabilitas: Trendiness

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,841	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
TREN.1	7,70	2,838	,694	,797
TREN.2	7,97	2,447	,686	,800
TREN.3	7,87	2,326	,750	,735

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,77	5,289	2,300	3

## Validitas dan Reliabilitas: Customization

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,862	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CUST.1	11,57	4,461	,672	,839
CUST.2	11,63	3,620	,725	,825
CUST.3	11,67	4,161	,779	,798
CUST.4	11,73	4,271	,688	,832

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15,53	7,016	2,649	4

## Validitas dan Reliabilitas: Word of Mouth

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,888	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
WOM.1	7,87	1,568	,847	,783
WOM.2	7,97	1,826	,686	,921
WOM.3	8,03	1,551	,821	,807

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,93	3,513	1,874	3

## Validitas dan Reliabilitas: Kepercayaan

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,882	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPC.1	11,93	3,582	,760	,841
KPC.2	11,93	3,651	,729	,854
KPC.3	11,80	3,890	,776	,840
KPC.4	11,93	3,513	,724	,858

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15,87	6,257	2,501	4

## Validitas dan Reliabilitas: Brand Equity

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	30	100,0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,810	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BE.1	8,13	2,051	,741	,666
BE.2	8,17	1,799	,654	,757
BE.3	8,23	2,185	,603	,795

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12,27	4,133	2,033	3

## LAMPIRAN IV: ANALISIS PERSENTASE

### Frequencies

#### Frequency Table

##### Apakah Anda memiliki aplikasi Tik Tok

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya, saya memiliki aplikasi Tik Tok	150	100,0	100,0	100,0

##### Apakah pada saat ini Anda menjadi pengikut (follower) akun media Tik Tok merek Guess

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya, saya menjadi pengikut (follower) akun media Tik Tok merek Guess	150	100,0	100,0	100,0

##### Apakah Anda pernah membeli produk fashion merek Guess

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya, saya pernah membeli produk fashion merek Guess	150	100,0	100,0	100,0

##### Berdasarkan ingatan Anda, kapan terakhir kali Anda membeli produk fashion merek Guess

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 6 bulan yang lalu	150	100,0	100,0	100,0

**Berdasarkan ingatan Anda, sudah berapa kali Anda membeli produk fashion merek Guess**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 sampai 5 kali	71	47,3	47,3	47,3
	6 sampai 10 kali	62	41,3	41,3	88,7
	Lebih dari 10 kali	17	11,3	11,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

**Jenis kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	64	42,7	42,7	42,7
	Perempuan	86	57,3	57,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

**Usia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 20 tahun	8	5,3	5,3	5,3
	21 - 34 tahun	89	59,3	59,3	64,7
	35 - 49 tahun	36	24,0	24,0	88,7
	Lebih dari 49 tahun	17	11,3	11,3	100,0
	Total	150	100,0	100,0	

**Pendidikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK/dibawahnya	36	24,0	24,0	24,0
	Diploma (D1 – D3)	16	10,7	10,7	34,7
	Sarjana (S1)	79	52,7	52,7	87,3
	Pasca Sarjana (S2 / S3)	19	12,7	12,7	100,0
	Total	150	100,0	100,0	



**Rata-rata pendapatan atau uang saku Anda dalam 1 bulan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<= Rp 2.000.000	12	8,0	8,0	8,0
	Rp 2.000.001 sampai Rp 4.000.000	40	26,7	26,7	34,7
	Rp 4.000.001 sampai Rp 6.000.000	59	39,3	39,3	74,0
	Rp 6.000.001 sampai Rp 8.000.000	25	16,7	16,7	90,7
	Rp 8.000.001 sampai Rp 10.000.000	9	6,0	6,0	96,7
	>= Rp 10.000.001	5	3,3	3,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

**Rata-rata anggaran belanja produk fashion dalam 1 bulan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<= Rp 100.000	4	2,7	2,7	2,7
	Rp 100.001 sampai Rp 200.000	22	14,7	14,7	17,3
	Rp 200.001 sampai Rp 300.000	58	38,7	38,7	56,0
	Rp 300.001 sampai Rp 400.000	46	30,7	30,7	86,7
	Rp 400.001 sampai Rp 500.000	14	9,3	9,3	96,0
	>= Rp 500.001	6	4,0	4,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

## LAMPIRAN V: ANALISIS DESKRIPTIVE

### Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ENT.1	150	2,00	5,00	3,7800	,91130
ENT.2	150	2,00	5,00	3,7133	,81378
ENT.3	150	2,00	5,00	3,6667	,87980
ENT.4	150	2,00	5,00	3,7467	,82890
ENT.5	150	1,00	5,00	3,7133	,95071
Entertainment	150	1,80	5,00	3,7240	,74785
Valid N (listwise)	150				

### Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
INT.1	150	2,00	5,00	3,8933	,75215
INT.2	150	2,00	5,00	3,9067	,72673
INT.3	150	2,00	5,00	3,7800	,81817
Interaction	150	2,00	5,00	3,8600	,71133
Valid N (listwise)	150				

### Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TREN.1	150	2,00	5,00	3,8733	,78831
TREN.2	150	2,00	5,00	3,7467	,87613
TREN.3	150	2,00	5,00	3,7000	,80059
Trendiness	150	2,00	5,00	3,7733	,74317
Valid N (listwise)	150				

## Descriptives

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CUST.1	150	2,00	5,00	3,5800	,82957
CUST.2	150	2,00	5,00	3,8600	,77745
CUST.3	150	2,00	5,00	3,9933	,69026
CUST.4	150	2,00	5,00	3,8800	,78510
Customization	150	2,00	5,00	3,8283	,68550
Valid N (listwise)	150				

## Descriptives

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
WOM.1	150	2,00	5,00	3,9600	,71306
WOM.2	150	2,00	5,00	3,9400	,71635
WOM.3	150	2,00	5,00	3,8133	,71781
Word of Mouth	150	2,00	5,00	3,9044	,64545
Valid N (listwise)	150				

## Descriptives

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KPC.1	150	2,00	5,00	3,6133	,69308
KPC.2	150	2,00	5,00	3,9067	,69848
KPC.3	150	1,00	5,00	3,8667	,78293
KPC.4	150	2,00	5,00	3,8733	,73546
Brand Trust	150	1,75	5,00	3,8150	,63486
Valid N (listwise)	150				

## Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BE.1	150	2,00	5,00	3,9933	,76410
BE.2	150	2,00	5,00	3,8467	,80048
BE.3	150	2,00	5,00	3,8933	,72489
Brand Equity	150	2,00	5,00	3,9111	,69906
Valid N (listwise)	150				



## LAMPIRAN VI: ANALISIS STRUCTURAL EQUATION MODELLING

### Outer loadings

	ENT	INT	TREN	CUST	WOM	KPC	BE
ENT.1	0,884						
ENT.2	0,873						
ENT.3	0,818						
ENT.4	0,862						
ENT.5	0,830						
INT.1		0,885					
INT.2		0,932					
INT.3		0,967					
TREN.1			0,911				
TREN.2			0,924				
TREN.3			0,876				
CUST.1				0,877			
CUST.2				0,884			
CUST.3				0,906			
CUST.4				0,893			
WOM.1					0,945		
WOM.2					0,911		
WOM.3					0,883		
KPC.1						0,837	
KPC.2						0,877	
KPC.3						0,887	
KPC.4						0,887	
BE.1							0,910
BE.2							0,932
BE.3							0,904

### Cross loadings

	ENT	INT	TREN	CUST	WOM	KPC	BE
ENT.1	0,884	0,517	0,449	0,465	0,517	0,533	0,587
ENT.2	0,873	0,530	0,458	0,416	0,500	0,550	0,572
ENT.3	0,818	0,452	0,385	0,427	0,423	0,493	0,537
ENT.4	0,862	0,526	0,488	0,464	0,480	0,542	0,578
ENT.5	0,830	0,555	0,544	0,501	0,446	0,601	0,591
INT.1	0,522	0,885	0,517	0,384	0,545	0,577	0,615
INT.2	0,572	0,932	0,604	0,491	0,622	0,610	0,679
INT.3	0,592	0,967	0,647	0,488	0,652	0,657	0,743
TREN.1	0,482	0,583	0,911	0,376	0,533	0,550	0,609
TREN.2	0,468	0,568	0,924	0,428	0,559	0,561	0,624
TREN.3	0,535	0,577	0,876	0,449	0,476	0,557	0,605
CUST.1	0,471	0,475	0,487	0,877	0,530	0,616	0,641
CUST.2	0,507	0,471	0,413	0,884	0,455	0,552	0,549
CUST.3	0,453	0,364	0,341	0,906	0,416	0,475	0,504
CUST.4	0,464	0,424	0,382	0,893	0,436	0,510	0,507
WOM.1	0,549	0,646	0,578	0,530	0,945	0,670	0,688
WOM.2	0,515	0,586	0,537	0,451	0,911	0,581	0,632
WOM.3	0,455	0,560	0,469	0,443	0,883	0,623	0,659
KPC.1	0,564	0,571	0,563	0,490	0,640	0,837	0,613
KPC.2	0,550	0,550	0,511	0,486	0,570	0,877	0,663
KPC.3	0,571	0,613	0,513	0,610	0,614	0,887	0,723
KPC.4	0,543	0,577	0,562	0,539	0,567	0,887	0,688
BE.1	0,629	0,650	0,616	0,594	0,630	0,709	0,910
BE.2	0,626	0,713	0,622	0,557	0,692	0,677	0,932
BE.3	0,591	0,653	0,623	0,566	0,664	0,733	0,904

### Construct reliability and validity

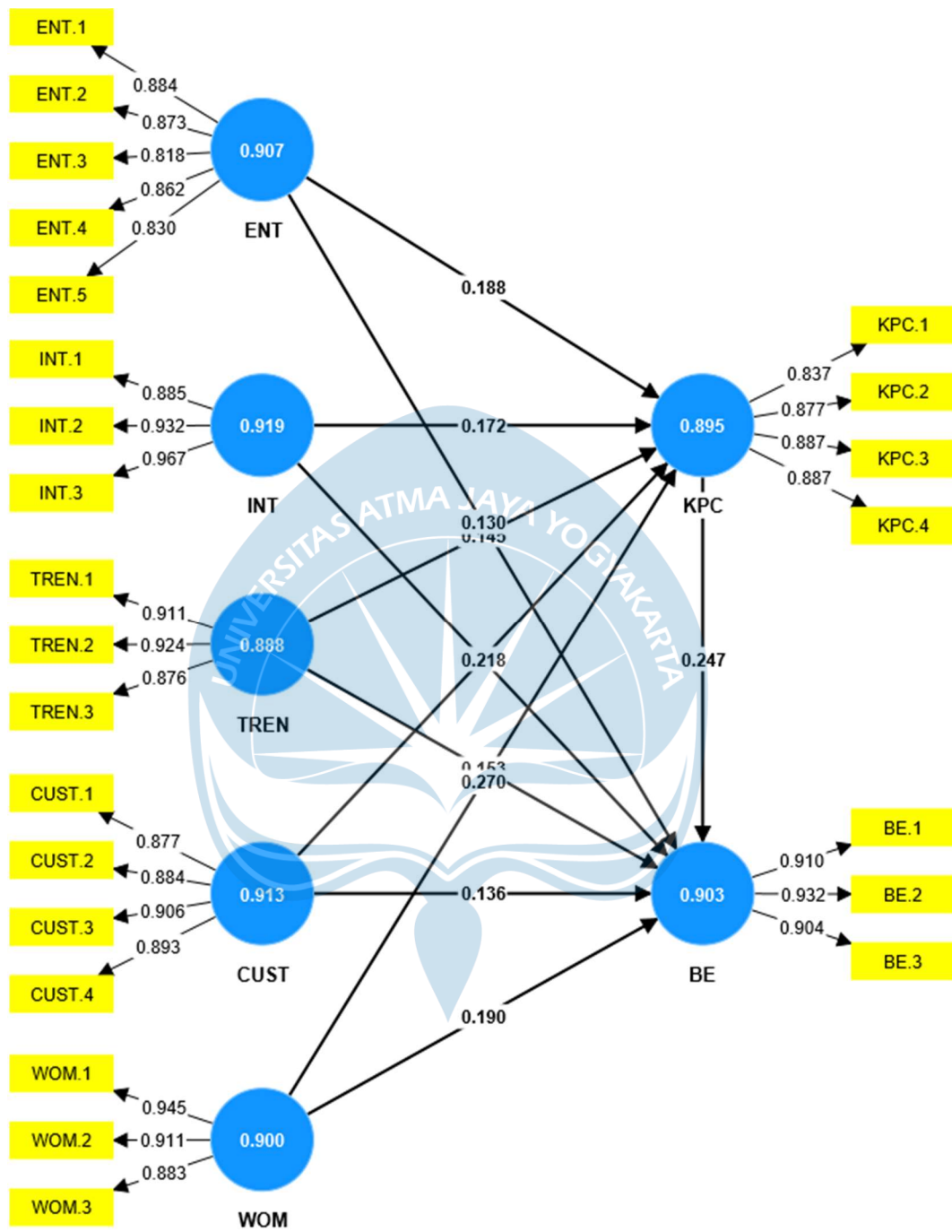
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
ENT	0,907	0,908	0,931	0,729
INT	0,919	0,928	0,949	0,862
TREN	0,888	0,888	0,931	0,817
CUST	0,913	0,920	0,939	0,792
WOM	0,900	0,904	0,938	0,834
KPC	0,895	0,897	0,927	0,761
BE	0,903	0,904	0,940	0,838

### R-square

	R-square	R-square adjusted
KPC	0,642	0,630
BE	0,753	0,742

### Path coefficients

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
ENT -> KPC	0,188	0,193	0,074	2,544	0,011
INT -> KPC	0,172	0,174	0,070	2,474	0,014
TREN -> KPC	0,145	0,142	0,052	2,814	0,005
CUST -> KPC	0,218	0,217	0,062	3,488	0,001
WOM -> KPC	0,270	0,268	0,080	3,376	0,001
ENT -> BE	0,130	0,135	0,059	2,225	0,027
INT -> BE	0,203	0,203	0,058	3,523	0,000
TREN -> BE	0,153	0,153	0,054	2,838	0,005
CUST -> BE	0,136	0,138	0,053	2,576	0,010
WOM -> BE	0,190	0,189	0,062	3,072	0,002
KPC -> BE	0,247	0,242	0,075	3,281	0,001





**LAMPIRAN VII: TABEL DISTRIBUSI R 5%**

**TABEL DISTRIBUSI R**

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