

## 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 Kesimpulan

1. *Content quality* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *relationship quality*. Semakin baik konten video pendek Shopee akan meningkatkan kualitas hubungan antara konsumen dengan Shopee.
2. *Relationship quality* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *stickiness*. Semakin baik kualitas hubungan antara konsumen dengan Shopee akan meningkatkan penggunaan aplikasi Shopee dengan cara meluangkan waktu dan membuka lebih banyak video iklan produk di Shopee.
3. *Content quality* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *relationship quality*. Semakin baik konten video pendek Shopee akan meningkatkan penggunaan aplikasi Shopee dengan cara meluangkan waktu dan membuka lebih banyak video iklan produk di Shopee.
4. *Stickiness* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *attitudinal loyalty*. Semakin banyak konsumen meluangkan waktu dan membuka lebih banyak fitur video iklan produk di Shopee akan

meningkatkan familiaritas, kesenangan dan penggunaan fitur video pendek Shopee (*attitudinal loyalty*) konsumen Shopee.

5. *Stickiness* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *behavioral loyalty*. Semakin banyak konsumen meluangkan waktu dan membuka lebih banyak video iklan produk di Shopee akan meningkatkan *behavioral loyalty* konsumen Shopee.
6. *Attitudinal loyalty* memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *behavioral loyalty*. Semakin tinggi tingkat familiaritas, kesenangan dan penggunaan fitur video pendek Shopee (*attitudinal loyalty*) akan meningkatkan *behavioral loyalty* konsumen Shopee.
7. *Attitudinal loyalty* memediasi pengaruh *stickiness* terhadap *behavioral loyalty*. Semakin banyak konsumen meluangkan waktu dan membuka lebih banyak fitur video iklan produk di Shopee (*stickiness*) akan meningkatkan familiaritas, kesenangan dan penggunaan fitur aplikasi Shopee (*attitudinal loyalty*) dan pada akhirnya akan meningkatkan *behavioral loyalty* konsumen Shopee.

## **5.2 Implikasi Manajerial**

Pemasaran secara *online* membutuhkan dukungan kemampuan pihak manajemen untuk menyediakan informasi mengenai produk (barang atau jasa) yang dijual dengan lengkap, informatif dan menarik. Untuk itu maka penting bagi pemasar untuk dapat menyajikan informasi mengenai produk agar mudah untuk dipahami dan menarik minat konsumen untuk membeli. Melalui media digital, pemasar dapat menyajikan iklan (informasi) produk yang dikemas secara audio

visul. Tampilan audio visual (video) tentunya lebih menarik dan interaktif untuk menyampaikan isi pesan.

Kemampuan pemasar untuk memberikan dan menyediakan informasi akan memperkuat hubungan antara konsumen dengan perusahaan. Pada akhirnya, konsumen akan bersedia untuk meluangkan waktu dan membuka video (iklan) lebih banyak hingga meningkatkan ketertarikan, familiaritas, dan kesenangan yang lebih tinggi untuk melihat video-video iklan perusahaan. Dampaknya, konsumen akan memiliki perilaku-perilaku yang menunjukkan loyalitas konsumen pada sebuah produk, merek atau perusahaan.

Hasil penelitian ini telah memberikan bukti empirik dimana konten iklan dalam video pendek di bisnis *online* Shopee mampu membangun hubungan antara konsumen dengan perusahaan yang semakin luas dimana konsumen memiliki kecenderungan untuk meluangkan waktu lebih banyak guna membuka lebih banyak video-video iklan Shopee. Aktivitas konsumen tersebut secara signifikan mampu meningkatkan *attitudinal loyalty* dalam wujud tingginya tingkat familiaritas, kesenangan melihat video singkat Shopee yang mendorong konsumen untuk lebih memilih, membeli dan merekomendasikan Shopee sebagai tempat untuk berbelanja secara *online*.

Berdasarkan hasil penelitian dan implikasi manajerial di atas, penulis membuat suatu implikasi manajerial melalui fokus perbaikan pada indikator *content quality*, *relationship quality*, *stickiness*, dan *attitudinal loyalty* yang masih dianggap rendah untuk meningkatkan *behavioral loyalty* sebagai berikut:

1. Peningkatan pada variabel *content quality* fokus pada indikator “Demonstrasi pada video pendek Shopee cukup jelas”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan membuat konsep iklan yang lebih mudah untuk dipahami dengan hanya menyajikan informasi inti produk (barang atau jasa) dengan menggunakan gambar yang memiliki resolusi tinggi disertai kualitas audio yang lebih baik. Selain itu, pihak pemasar sebaiknya memberikan ilustrasi mengenai cara penggunaan dan manfaat yang dapat diperoleh dari penggunaan produk.
2. Peningkatan pada variabel *relationship quality* fokus pada indikator “Saya ikut mempromosikan video pendek *Shopee*”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan *reward* kepada konsumen yang secara sukarela telah membagikan video pendek kepada orang lain di laman media sosial mereka. *Reward* dapat diberikan kepada konsumen melalui berbagai macam bentuk seperti pemberian *point* yang dapat ditukarkan sebagai alat potongan harga pembelian produk, memberikan *reward* dalam bentuk pemberian uang digital ke akun masing-masing konsumen, memberikan hadiah dalam bentuk berbagai macam souvenir yang dapat dipilih sesuai kebutuhan atau keinginan konsumen.
3. Peningkatan pada variabel *stickiness* fokus pada indikator “Saya sering membuka fitur video pendek saat menggunakan aplikasi *Shopee*”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan menyisipkan beberapa video sekaligus di laman akun pribadi konsumen saat menggunakan aplikasi *Shopee*. Sisipan video tersebut harus ditampilkan secara menarik antara lain

adalah dengan menggunakan bintang iklan yang sedang populer atau memiliki popularitas tinggi. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar konsumen memiliki ketertarikan yang lebih tinggi untuk membukan dan melihat video iklan tersebut. Satu hal yang harus diperhatikan adalah, penyisipan video iklan tidak boleh mengganggu aktivitas utama konsumen saat mencari informasi atau berbelanja secara *online* di Shopee.

4. Peningkatan pada variabel *attitudinal loyalty* fokus pada indikator “Saya merasa betah menjadi pelanggan video pendek Shopee”. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas atau materi dan penyajian iklan. Informasi yang detail dan disajikan secara menarik akan membuat konsumen merasa betah untuk melihat iklan dari awal hingga akhir. Selain itu, iklan juga harus dikonsepsi secara cerdas dan rasional dengan durasi yang tidak terlalu panjang (lama). Selain itu, penting untuk menggunakan *influencer* yang memiliki kompetensi dengan karakteristik produk yang diiklankan dengan tujuan agar apa yang *influencer* mampu dengan baik untuk menarasikan atau mempresentasikan isi pesan dan dipercaya oleh penonton.

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

Keterbatasan penelitian yang melingkupi penelitian ini antara lain adalah tidak memberikan batasan video singkat dalam iklan Shopee yang digunakan sebagai obyek penelitian hingga responden dimungkinkan akan memiliki penilaian yang sangat beragam dan memiliki tingkat disparitas tinggi karena

perbedaan obyek yang dinilai. Berdasarkan hal tersebut maka penulis merumuskan saran untuk penelitian selanjutnya yang sejenis untuk memberikan batasan pada beberapa video iklan pendek Shopee saja yang diteliti. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar diperoleh pengukuran yang lebih akurat atas hasil kerja (penciptaan iklan video pendek) yang saat ini digunakan.



## DAFTAR PUSTAKA

- B. Martinez, L. E. M. (2021). The influence of mobile application design features on users' stickiness intentions as mediated by emotional response. *International Journal of Retail & Distribution Management*.
- Bao, Z., & Zhu, Y. (2023). Understanding customers' stickiness of live streaming commerce platforms: an empirical study based on modified e-commerce system success model. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 35(3), 775–793. <https://doi.org/10.1108/APJML-09-2021-0707>
- Cachero-Martínez, S., & Vázquez-Casielles, R. (2021). Building consumer loyalty through e-shopping experiences: The mediating role of emotions. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 60, 102481. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102481>
- Casper Ferm, L.-E., & Thaichon, P. (2021). Customer pre-participatory social media drivers and their influence on attitudinal loyalty within the retail banking industry: A multi-group analysis utilizing social exchange theory. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, 102584. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102584>
- El-Manstrly, D., Ali, F., & Steedman, C. (2020). Virtual travel community members' stickiness behaviour: How and when it develops. *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102535. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102535>
- Hair, J. F., Howard, M. C., & Nitzl, C. (2020). Assessing measurement model quality in PLS-SEM using confirmatory composite analysis. *Journal of Business Research*, 109, 101–110. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.069>
- Hsu, C.-L., & Lin, J. C.-C. (2016). Effect of perceived value and social influences on mobile app stickiness and in-app purchase intention. *Technological Forecasting and Social Change*, 108, 42–53. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.04.012>

- Kim, Y., Wang, Q., & Roh, T. (2021). Do information and service quality affect perceived privacy protection, satisfaction, and loyalty? Evidence from a Chinese O2O-based mobile shopping application. *Telematics and Informatics*, 56, 101483. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101483>
- Latan, I. G., & Hengky. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (2nd ed.). Universitas Diponegoro.
- Li, W., Ding, H., Xu, G., & Yang, J. (2023). The Impact of Fitness Influencers on a Social Media Platform on Exercise Intention during the COVID-19 Pandemic: The Role of Parasocial Relationships. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(2), 1113. <https://doi.org/10.3390/ijerph20021113>
- Lin, J., Luo, Z., Cheng, X., & Li, L. (2019). Understanding the interplay of social commerce affordances and swift guanxi: An empirical study. *Information & Management*, 56(2), 213–224. <https://doi.org/10.1016/j.im.2018.05.009>
- Nguyen, T. H., & Waring, T. S. (2013). The adoption of customer relationship management (CRM) technology in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 20(4), 824–848. <https://doi.org/10.1108/JSBED-01-2012-0013>
- Ren, J., Yang, J., Zhu, M., & Majeed, S. (2021). Relationship between consumer participation behaviors and consumer stickiness on mobile short video social platform under the development of ICT: based on value co-creation theory perspective. *Information Technology for Development*, 27(4), 697–717. <https://doi.org/10.1080/02681102.2021.1933882>
- Saini, S., & Singh, J. (2020). A Link Between Attitudinal and Behavioral Loyalty of Service Customers. *Business Perspectives and Research*, 8(2), 205–215. <https://doi.org/10.1177/2278533719887452>
- Soedarto, T., & Sunarsono, R. J. (2019). The Parceling of Loyalty: Brand Quality, Brand Affect, and Brand Trust Effect on Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(1).



- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Thaichon, P., & Quach, T. N. (2016). Integrated Marketing Communications and Their Effects on Customer Switching Intention. *Journal of Relationship Marketing*, 15(1–2), 1–16. <https://doi.org/10.1080/15332667.2014.965647>
- Wang, W.-T., Wang, Y.-S., & Liu, E.-R. (2016). The stickiness intention of group-buying websites: The integration of the commitment–trust theory and e-commerce success model. *Information & Management*, 53(5), 625–642. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.01.006>
- Wisker, Z. L. (2020). Examining relationship quality in e-tailing experiences: a moderated mediated model. *Marketing Intelligence & Planning*, 38(7), 863–876. <https://doi.org/10.1108/MIP-05-2019-0284>
- Xu, F., Qi, Y., & Li, X. (2018). What affects the user stickiness of the mainstream media websites in China? *Electronic Commerce Research and Applications*, 29, 124–132. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2018.05.001>
- Yang, H.-L., & Lin, C.-L. (2014). Why do people stick to Facebook web site? A value theory-based view. *Information Technology & People*, 27(1), 21–37. <https://doi.org/10.1108/ITP-11-2012-0130>
- Yang, Q., & Lee, Y.-C. (2022). What Drives the Digital Customer Experience and Customer Loyalty in Mobile Short-Form Video Shopping? Evidence from Douyin (TikTok). *Sustainability*, 14(17), 10890. <https://doi.org/10.3390/su141710890>
- Zhang, M., Guo, L., Hu, M., & Liu, W. (2017). Influence of customer engagement with company social networks on stickiness: Mediating effect of customer value creation. *International Journal of Information Management*, 37(3), 229–240. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.04.010>

## LAMPIRAN

### Pendahuluan

Perkenalkan nama saya Elisa Anastasia, Mahasiswi program studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Konten Video Pendek dan *Relationship Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi pada Aplikasi Shopee" sebagai tugas akhir saya.

Oleh karena itu, Saya mohon ketersediaan Saudara/i untuk mengisi kuisisioner penelitian ini secara jujur dan objektif.

Adapun kriteria pengisian kuisisioner ini adalah:

1. Pengguna aplikasi Shopee.
2. Pengguna aplikasi Shopee yang menonton video pendek Shopee.
3. Pengguna aplikasi Shopee yang pernah melakukan transaksi.

Seluruh data dan informasi yang diperoleh akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk tujuan akademis dan kebutuhan penelitian. Terimakasih atas ketersediaan teman-teman dalam mengisi kuisisioner ini. Apabila ada pertanyaan silahkan menghubungi email ini [anastasiaelisa08@gmail.com](mailto:anastasiaelisa08@gmail.com)

### BAGIAN I: PERTANYAAN FILTER

1. Saya pengguna aplikasi *Shopee* yang menonton video pendek *shopee* dan pernah melakukan transaksi di *Shopee*.
  - a. Ya, saya pengguna aplikasi Shopee yang menonton video pendek Shopee dan pernah melakukan transaksi di Shopee.
  - b. Tidak, saya bukan pengguna aplikasi Shopee.

### BAGIAN II: PROFIL RESPONDEN

1. Jenis kelamin
  - a. Perempuan
  - b. Laki-laki
2. Usia
  - a. 17-22 Tahun
  - b. 23-28 Tahun
  - c. 28 tahun Keatas
3. Pendapatan atau uang saku bulanan
  - a. < Rp. 2.000.000
  - b. Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000

- c. Rp. 7.000.001 – Rp. 12.000.000
- d. > Rp. 12.000.001

- 4. Lama penggunaan aplikasi Shopee
  - a. < 1 Tahun
  - b. 1 – 2 Tahun
  - c. > 2 Tahun

- 5. Pengeluaran perbulan pada aplikasi Shopee
  - a. < Rp. 500.000
  - b. Rp. 500.001 – Rp. 2.000.000
  - c. Rp. 2.000.001 – Rp. 4.000.000
  - d. > Rp. 4.000.001

**BAGIAN III: KUISIONER PENELITIAN**

**INTSRUKSI PENGISIAN:**

Responden diminta mengisi kolom jawaban dengan kriteria penilaian sebagai berikut:

STS= Sangat Tidak setuju

TS= Tidak Setuju

N= Netral

S= Setuju

SS= Sangat Setuju

No	Content Quality	STS	TS	N	S	SS
1	Video pendek <i>Shopee</i> membantu saya dalam mengevaluasi suatu produk.					
2	Video pendek <i>Shopee</i> membantu saya mengenali produk tersebut					
3	Video pendek <i>Shopee</i> membantu saya memahami kinerja produk tersebut.					
4	Demonstrasi pada video pendek <i>Shopee</i> cukup jelas.					
5	Demonstrasi pada video pendek <i>Shopee</i> cukup detail.					
6	Saya mendapati informasi produk dengan baik melalui suara atau gambar pada video pendek <i>Shopee</i> .					
7	Gambar dan video pendek <i>Shopee</i> memberikan informasi yang baik.					

No	<i>Relationship Quality</i>	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa puas saat berbelanja melalui video pendek <i>Shopee</i> .					
2	Saya merasa harus berbelanja melalui video pendek <i>Shopee</i> .					
3	Saya peduli terhadap kesuksesan jangka panjang dari video pendek <i>Shopee</i> .					
4	Saya aktif berpartisipasi untuk melakukan transaksi dalam video pendek <i>Shopee</i> .					
5	Saya menonton video pendek <i>Shopee</i> untuk berbelanja.					
6	Saya sering berbelanja dalam video pendek <i>Shopee</i> .					
7	Video pendek <i>Shopee</i> menjelaskan secara jujur mengenai suatu produk.					
8	Saya ikut mempromosikan video pendek <i>Shopee</i> .					
9	Saya berharap teman yang saya rekomendasikan ikut berbelanja.					
No	<i>Stickiness</i>	STS	TS	N	S	SS
1	Saya meluangkan waktu yang cukup lama saat mencari informasi mengenai suatu produk di <i>Shopee</i> .					
2	Saya akan terus menggunakan aplikasi <i>Shopee</i> dalam konteks berbelanja <i>online</i> .					
3	Saya sering membuka fitur video pendek saat menggunakan aplikasi <i>Shopee</i> .					
No	<i>Attitudinal Loyalty</i>	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa familiar dengan fitur video pendek <i>Shopee</i> .					
2	<i>Shopee</i> menjadi aplikasi <i>favorite</i> saya dalam berbelanja <i>online</i> .					
3	Saya selalu merasa senang dalam berbelanja di <i>Shopee</i> .					
4	Saya merasa betah menjadi pelanggan video pendek <i>Shopee</i> .					
No	<i>Behavioral Loyalty</i>	STS	TS	N	S	SS
1	Saya ingin terus menggunakan					

	fitur video pendek <i>Shopee</i> .					
2	Saya akan terus merekomendasikan fitur video pendek <i>Shopee</i> kepada orang lain.					
3	Jika ingin membeli suatu produk, Saya akan mencari melalui fitur video pendek <i>Shopee</i> .					



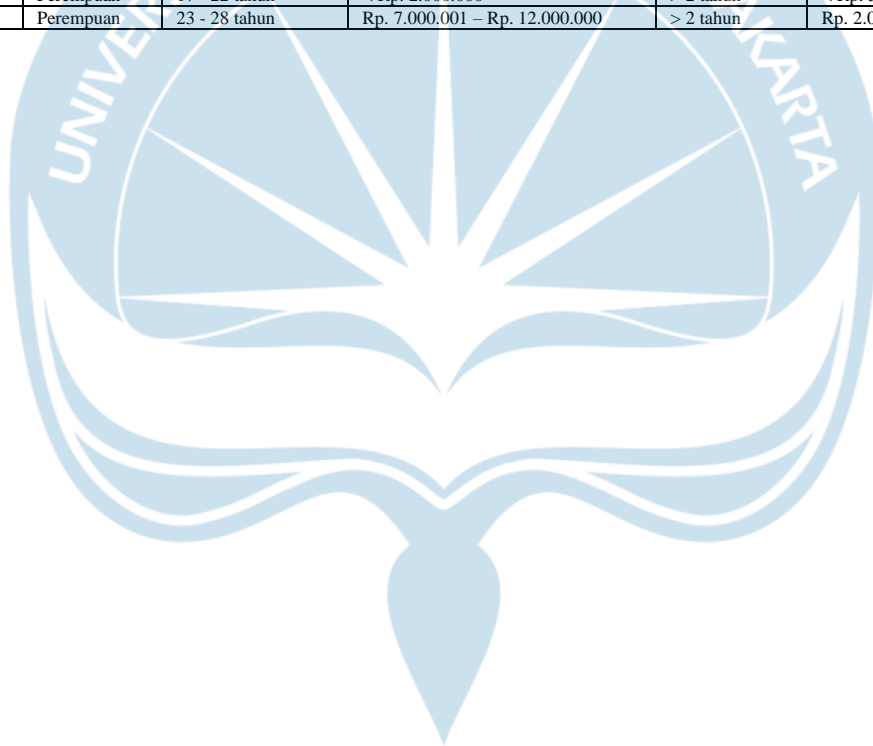








No	Guna_Beli	Jenis kelamin	Usia	Pendapatan atau uang saku bulanan	Lama penggunaan aplikasi Shopee	Pengeluaran perbulan pada aplikasi Shopee
215	Ya	Laki-laki	23 - 28 tahun	< Rp. 2.000.000	> 2 tahun	< Rp. 500.000
216	Ya	Laki-laki	28 tahun keatas	Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	> 2 tahun	Rp. 500.001 – Rp. 2.000.000
217	Ya	Perempuan	28 tahun keatas	Rp. 7.000.001 – Rp. 12.000.000	> 2 tahun	Rp. 2.000.001 – Rp. 4.000.000
218	Ya	Laki-laki	28 tahun keatas	Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	> 2 tahun	Rp. 500.001 – Rp. 2.000.000
219	Ya	Laki-laki	23 - 28 tahun	Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	> 2 tahun	< Rp. 500.000
220	Ya	Perempuan	23 - 28 tahun	Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	> 2 tahun	< Rp. 500.000
221	Ya	Perempuan	23 - 28 tahun	Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	> 2 tahun	Rp. 500.001 – Rp. 2.000.000
222	Ya	Laki-laki	28 tahun keatas	Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	> 2 tahun	Rp. 500.001 – Rp. 2.000.000
223	Ya	Perempuan	23 - 28 tahun	Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	> 2 tahun	Rp. 500.001 – Rp. 2.000.000
224	Ya	Laki-laki	28 tahun keatas	> Rp. 12.000.001	> 2 tahun	> Rp. 4.000.001
225	Ya	Perempuan	28 tahun keatas	Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	1 – 2 tahun	Rp. 500.001 – Rp. 2.000.000
226	Ya	Perempuan	28 tahun keatas	Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	> 2 tahun	< Rp. 500.000
227	Ya	Laki-laki	23 - 28 tahun	Rp. 7.000.001 – Rp. 12.000.000	> 2 tahun	> Rp. 4.000.001
228	Ya	Perempuan	28 tahun keatas	Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	> 2 tahun	< Rp. 500.000
229	Ya	Perempuan	17 - 22 tahun	< Rp. 2.000.000	> 2 tahun	< Rp. 500.000
230	Ya	Perempuan	23 - 28 tahun	Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	1 – 2 tahun	< Rp. 500.000
231	Ya	Perempuan	28 tahun keatas	Rp. 7.000.001 – Rp. 12.000.000	> 2 tahun	Rp. 500.001 – Rp. 2.000.000
232	Ya	Laki-laki	28 tahun keatas	Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	> 2 tahun	< Rp. 500.000
233	Ya	Perempuan	23 - 28 tahun	Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	> 2 tahun	Rp. 2.000.001 – Rp. 4.000.000
234	Ya	Perempuan	23 - 28 tahun	Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	> 2 tahun	Rp. 500.001 – Rp. 2.000.000
235	Ya	Perempuan	17 - 22 tahun	< Rp. 2.000.000	> 2 tahun	< Rp. 500.000
236	Ya	Perempuan	23 - 28 tahun	Rp. 7.000.001 – Rp. 12.000.000	> 2 tahun	Rp. 2.000.001 – Rp. 4.000.000



No	CQ.1	CQ.2	CQ.3	CQ.4	CQ.5	CQ.6	CQ.7
1	4	4	4	3	4	4	3
2	3	4	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	4	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4	5	5
6	4	4	4	3	4	4	4
7	4	5	4	4	5	4	5
8	4	4	4	3	3	4	3
9	5	5	4	5	5	4	4
10	4	4	4	3	4	4	4
11	4	4	4	3	4	4	4
12	5	4	5	5	5	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4
14	1	1	1	1	1	1	1
15	4	4	4	3	4	4	4
16	4	4	4	3	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	3	3	3	3	3
19	4	4	4	4	4	4	3
20	4	4	4	3	4	4	4
21	5	5	4	4	5	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	3	3	3	3
24	3	3	3	2	2	3	3
25	1	2	1	1	2	2	3
26	3	3	3	3	3	3	3
27	5	5	5	5	5	5	5
28	4	5	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	5	5	5
30	4	4	4	4	4	4	4
31	4	3	4	3	3	3	3
32	3	4	4	3	3	3	3
33	4	5	5	4	5	5	5
34	4	4	4	3	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4
37	5	5	5	5	5	5	5
38	4	4	4	4	4	4	4
39	5	5	5	4	5	4	5
40	4	4	5	4	5	5	5
41	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4
44	5	5	4	5	5	5	4
45	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4
47	5	4	5	4	5	5	4
48	4	4	4	4	4	5	4
49	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4
51	5	5	4	5	5	5	4
52	4	5	5	5	4	5	4
53	4	4	4	4	4	4	4
54	4	5	4	4	5	4	5
55	3	4	3	3	3	3	3
56	3	3	2	3	2	3	2
57	5	5	5	4	5	4	4
58	4	5	5	4	4	5	4
59	4	4	4	4	4	4	4
60	4	5	4	5	5	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	5	4
63	4	3	4	3	3	3	4
64	4	4	3	3	3	3	3
65	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	5	4	5	4	4
68	4	5	5	4	5	5	4
69	4	5	5	5	4	4	5
70	4	5	4	4	5	4	5
71	3	3	3	3	3	3	3
72	4	4	5	4	5	5	5
73	4	4	5	5	5	5	4
74	4	4	4	5	4	4	4

No	CQ.1	CQ.2	CQ.3	CQ.4	CQ.5	CQ.6	CQ.7
75	4	4	4	4	4	5	4
76	4	5	5	5	5	4	4
77	4	4	4	3	3	4	4
78	5	4	4	5	5	5	4
79	4	4	4	4	4	5	4
80	4	4	4	4	4	4	4
81	4	4	4	4	4	4	4
82	5	4	5	4	5	4	5
83	5	4	5	4	5	4	5
84	5	4	5	4	5	4	5
85	5	4	5	4	5	4	5
86	5	4	4	5	4	4	4
87	4	4	4	4	4	5	4
88	4	5	4	4	4	4	4
89	5	5	4	5	5	5	5
90	4	5	4	4	4	4	4
91	4	5	5	4	5	5	4
92	4	5	4	4	4	5	4
93	5	4	4	4	4	5	5
94	4	5	4	4	4	5	5
95	4	4	3	3	3	3	4
96	4	4	4	4	4	4	4
97	4	5	4	5	5	4	5
98	4	4	4	4	4	5	5
99	4	5	4	4	4	4	5
100	4	4	4	3	3	4	4
101	4	4	4	3	4	4	4
102	5	5	4	4	4	5	4
103	4	5	4	4	4	5	4
104	4	5	4	4	4	5	4
105	4	5	5	4	4	5	5
106	5	5	5	5	5	5	5
107	5	4	5	4	4	5	4
108	5	5	5	5	5	5	5
109	5	5	5	5	5	5	5
110	5	5	5	5	5	5	5
111	5	5	5	5	5	5	5
112	5	5	5	4	4	5	4
113	4	5	5	4	5	4	4
114	5	5	5	4	4	4	4
115	5	5	5	5	5	5	5
116	4	4	4	4	4	4	4
117	4	5	4	4	4	4	4
118	4	5	4	4	4	4	4
119	5	5	5	5	5	5	5
120	4	4	4	3	3	3	3
121	4	4	4	3	3	4	4
122	5	5	4	4	5	4	4
123	4	5	4	5	5	5	4
124	4	4	5	4	4	4	5
125	5	4	5	5	4	4	5
126	4	5	5	4	4	4	5
127	4	5	5	4	4	5	5
128	4	4	4	4	4	4	4
129	4	4	4	4	4	4	4
130	5	5	4	5	5	5	5
131	5	5	4	4	4	4	5
132	4	5	5	5	5	4	4
133	5	5	4	4	5	5	4
134	4	5	5	5	5	4	5
135	4	5	5	5	5	4	4
136	5	5	5	4	4	4	4
137	5	5	4	5	5	5	4
138	3	3	3	3	2	3	3
139	5	4	4	5	5	4	4
140	5	5	4	5	5	5	5
141	5	5	4	5	4	4	5
142	4	5	5	4	5	5	4
143	5	5	4	4	4	5	5
144	5	5	4	5	5	4	4
145	4	4	4	4	4	4	4
146	4	4	4	3	3	4	4
147	5	5	4	5	5	5	4
148	5	5	4	4	5	4	4

No	CQ.1	CQ.2	CQ.3	CQ.4	CQ.5	CQ.6	CQ.7
149	5	5	3	4	4	4	5
150	4	5	4	5	4	5	4
151	4	5	4	5	5	4	5
152	5	5	4	3	4	4	5
153	5	5	4	5	5	5	4
154	5	5	4	4	4	5	4
155	5	5	5	5	4	4	5
156	4	4	5	5	4	4	5
157	4	5	5	4	4	5	5
158	5	5	5	4	5	5	5
159	5	5	5	4	4	4	4
160	5	5	3	4	4	5	4
161	5	5	4	5	5	5	5
162	4	5	5	4	4	4	4
163	5	5	5	5	5	4	4
164	4	5	4	5	4	4	5
165	5	5	4	4	5	4	5
166	5	5	4	4	5	4	5
167	5	5	4	4	5	4	4
168	4	5	5	5	4	5	4
169	5	5	5	5	4	5	5
170	5	5	5	4	5	4	4
171	5	5	4	5	4	5	4
172	5	5	4	4	5	4	5
173	4	4	5	4	4	5	5
174	4	4	4	4	4	4	4
175	4	4	5	5	4	4	4
176	5	5	5	4	5	4	5
177	4	4	4	3	3	4	4
178	4	4	4	4	4	4	4
179	5	4	5	3	4	5	4
180	5	5	4	4	4	4	4
181	4	4	4	4	4	4	4
182	5	5	5	5	5	5	4
183	4	4	4	4	4	4	4
184	4	4	5	5	4	4	4
185	5	5	4	5	5	5	4
186	5	5	5	5	5	5	5
187	5	5	5	5	4	4	5
188	4	4	4	3	4	4	4
189	4	4	5	4	4	5	4
190	5	5	5	5	5	5	5
191	5	5	5	5	5	5	5
192	5	5	5	4	5	5	5
193	5	5	5	4	5	5	5
194	5	4	4	5	4	5	5
195	5	5	5	5	5	5	5
196	5	5	5	4	5	5	5
197	4	5	5	4	4	5	4
198	4	5	3	4	4	5	5
199	5	5	5	5	5	5	5
200	5	5	5	5	5	5	5
201	5	5	5	5	5	5	5
202	5	5	5	5	5	5	5
203	4	5	4	5	4	5	4
204	5	4	5	5	4	4	4
205	5	5	4	5	4	4	4
206	5	5	5	5	5	5	5
207	4	4	4	4	4	4	4
208	5	5	5	5	5	5	5
209	3	4	4	3	3	3	3
210	4	5	5	4	4	4	5
211	5	5	5	5	5	5	5
212	4	5	4	5	4	5	4
213	5	5	5	5	5	5	5
214	5	5	4	5	5	4	5
215	5	4	5	5	4	4	5
216	5	5	5	5	5	5	5
217	5	5	5	5	5	5	5
218	5	4	4	4	4	4	5
219	5	5	5	5	5	5	5
220	4	4	5	5	4	5	5
221	5	5	5	5	5	5	5
222	4	4	4	4	4	4	4

No	CQ.1	CQ.2	CQ.3	CQ.4	CQ.5	CQ.6	CQ.7
223	5	5	5	5	5	5	5
224	5	5	5	5	5	5	5
225	4	4	5	5	4	5	4
226	5	5	5	5	5	5	5
227	4	5	5	5	4	5	5
228	5	5	5	5	5	4	5
229	5	5	5	5	5	5	5
230	5	5	5	5	5	5	4
231	5	5	4	5	4	4	4
232	5	5	4	5	4	4	5
233	5	5	5	5	5	5	5
234	5	5	5	5	5	5	5
235	4	4	5	4	4	4	4
236	4	4	4	3	3	4	4



No	RQ.1	RQ.2	RQ.3	RQ.4	RQ.5	RQ.6	RQ.7	RQ.8	RQ.9
1	4	3	4	4	3	4	4	3	4
2	5	4	4	1	3	4	4	4	5
3	4	4	3	3	3	4	3	4	4
4	5	4	3	5	5	5	5	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	3	4	4	4	4
8	3	3	3	3	2	3	3	2	3
9	5	5	4	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	3	4	4	2	3
11	3	3	4	3	2	3	2	2	3
12	5	5	4	4	5	5	4	4	5
13	4	3	4	3	3	4	4	3	4
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	4	3	4	3	3	2	3	3	3
16	3	2	3	3	3	3	3	2	3
17	3	4	3	3	3	3	4	3	3
18	3	2	3	2	3	3	2	2	3
19	5	4	4	4	4	5	4	4	5
20	4	3	4	3	3	4	3	2	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	3	4	4	3	3
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	2	2	3	3	2	2	3	2	3
25	1	2	1	2	1	1	2	1	1
26	3	2	3	3	3	3	3	3	3
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	3	3	4	3	4	4	3	4
32	3	3	3	3	2	3	3	2	2
33	5	4	4	4	5	4	5	5	5
34	3	3	3	3	3	3	3	2	3
35	4	4	4	3	3	3	3	3	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	5	5	4	4	5	5	5	4	5
38	5	4	4	5	4	5	4	5	4
39	5	5	4	5	5	5	4	5	5
40	5	5	4	5	4	4	4	5	4
41	5	4	5	4	5	4	4	5	5
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4
44	5	5	4	4	5	5	4	4	5
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	5	4	5	4	5	4	5	4	5
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	3	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	5	5	5	5	4	5	4
52	4	5	4	5	4	5	4	5	5
53	4	3	4	4	4	4	4	4	4
54	5	2	5	4	4	5	4	4	5
55	4	3	3	3	2	2	3	2	2
56	2	2	2	3	2	2	2	1	2
57	5	4	4	5	4	5	5	4	5
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	5	5	5	4	4	5	5	5
61	3	3	3	3	2	3	3	2	3
62	4	4	4	4	3	4	4	3	3
63	3	3	3	3	2	3	3	2	3
64	3	3	3	3	3	2	3	3	3
65	4	2	4	4	4	4	4	4	4
66	4	2	4	4	4	4	4	4	4
67	5	4	5	5	4	5	5	4	4
68	4	5	4	5	5	4	5	4	4
69	4	5	5	4	4	5	4	5	5
70	5	5	5	4	5	4	4	5	4
71	3	2	3	2	2	3	3	2	3
72	4	5	4	5	5	4	4	5	4
73	4	3	4	4	3	4	5	4	5
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4

No	RQ.1	RQ.2	RQ.3	RQ.4	RQ.5	RQ.6	RQ.7	RQ.8	RQ.9
75	5	5	4	5	4	4	4	5	4
76	4	5	5	4	5	4	4	5	5
77	3	2	3	3	2	3	2	2	3
78	5	5	4	5	4	4	4	5	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	5	4	4	4	4	5	4	4	4
81	4	4	4	3	3	2	3	2	2
82	4	5	4	5	4	5	4	5	4
83	5	4	5	4	5	4	5	4	5
84	5	4	5	4	5	4	5	4	5
85	5	4	5	4	5	4	5	4	5
86	4	3	5	5	4	4	5	4	5
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	4	4	5	5	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	3	4	4	4
91	4	4	4	4	4	5	4	4	4
92	4	3	4	4	3	4	4	3	4
93	4	5	4	4	5	4	4	5	4
94	4	4	4	4	3	4	3	2	3
95	3	3	4	3	2	3	3	2	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	5
97	5	5	5	5	4	4	5	5	4
98	2	4	4	4	4	4	4	4	4
99	4	4	5	5	4	4	4	5	4
100	4	3	4	4	3	4	4	4	4
101	4	3	3	4	3	4	4	3	4
102	4	4	4	4	4	4	4	4	5
103	4	4	4	4	3	4	4	3	4
104	4	5	4	5	5	4	5	5	4
105	5	4	5	5	5	5	4	5	4
106	5	5	5	5	4	5	4	5	5
107	5	4	4	4	5	4	4	5	5
108	5	5	4	4	4	4	4	4	5
109	5	4	5	4	5	5	5	5	5
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5
111	5	4	5	5	4	4	5	5	5
112	4	4	4	4	4	4	4	4	5
113	5	5	4	5	4	4	4	5	4
114	5	4	4	4	4	4	4	4	4
115	5	5	4	4	5	4	5	5	5
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	5	4	4	4	5	4	4	5	4
118	4	4	3	4	4	4	4	4	4
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5
120	2	2	3	3	2	2	3	2	3
121	4	4	3	4	4	4	4	4	4
122	4	5	4	4	5	4	5	5	4
123	5	4	4	5	4	5	5	4	5
124	5	5	4	4	4	4	4	4	5
125	5	4	5	5	4	5	4	4	5
126	4	4	4	3	4	4	4	4	4
127	4	5	4	4	5	4	4	5	4
128	4	4	4	4	4	4	4	4	4
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4
130	5	4	4	5	5	4	4	4	5
131	5	4	4	4	4	5	5	5	5
132	5	5	5	4	4	4	5	5	5
133	5	5	5	4	5	4	5	5	5
134	4	5	5	5	5	5	4	4	4
135	4	4	5	5	5	4	5	4	4
136	5	5	4	4	4	5	5	5	4
137	5	5	4	5	5	5	5	5	5
138	3	2	3	3	2	2	2	2	3
139	5	5	4	5	5	5	5	5	5
140	5	3	4	4	4	5	5	4	4
141	3	4	4	5	4	4	4	4	5
142	4	5	4	4	5	5	4	5	5
143	4	5	4	4	5	4	4	5	5
144	5	5	4	3	5	5	5	5	5
145	4	4	4	4	4	4	4	3	4
146	4	4	4	4	3	3	3	3	3
147	5	5	4	5	5	5	5	5	5
148	5	4	5	5	4	5	4	4	5

No	RQ.1	RQ.2	RQ.3	RQ.4	RQ.5	RQ.6	RQ.7	RQ.8	RQ.9
149	5	5	4	4	4	5	4	5	4
150	5	4	5	5	4	5	4	5	4
151	5	5	4	5	4	5	5	5	5
152	5	5	4	4	4	5	5	4	5
153	4	4	4	4	5	5	4	4	4
154	5	5	4	4	4	4	5	4	4
155	4	4	5	5	4	4	4	5	5
156	4	4	3	4	4	5	5	4	5
157	5	5	4	4	5	4	5	5	4
158	4	3	5	5	4	5	4	4	5
159	4	5	5	4	4	5	5	4	4
160	4	5	4	4	4	5	4	4	5
161	4	4	4	4	5	5	5	4	5
162	4	4	4	5	4	4	4	4	4
163	4	5	5	4	5	5	5	4	5
164	4	5	4	5	4	5	4	5	4
165	4	4	4	5	4	4	5	4	5
166	5	5	5	5	5	5	5	5	5
167	5	5	5	4	5	4	4	5	3
168	5	4	5	4	5	4	5	5	4
169	4	5	3	4	4	4	5	4	5
170	5	4	4	5	4	5	4	4	5
171	4	4	5	4	5	5	3	4	4
172	4	5	5	4	4	5	4	4	5
173	4	5	4	5	4	5	5	4	5
174	4	4	3	4	4	3	3	3	4
175	4	5	4	4	4	4	4	4	4
176	5	5	5	5	5	5	5	5	5
177	4	3	4	3	3	4	3	2	3
178	3	3	4	3	3	3	3	2	3
179	4	4	5	5	3	4	5	4	4
180	4	4	4	4	4	4	4	3	4
181	5	5	4	5	4	4	4	5	4
182	5	5	5	5	5	5	5	5	5
183	4	4	4	3	4	4	4	4	5
184	5	5	4	5	4	4	5	5	4
185	5	5	4	5	5	4	4	5	5
186	5	5	5	5	5	5	5	5	5
187	5	4	4	4	5	5	3	4	5
188	4	4	3	3	3	3	4	3	3
189	4	5	5	4	5	4	5	4	5
190	5	4	5	5	5	4	5	4	5
191	5	5	5	5	5	5	5	5	5
192	5	5	5	5	5	5	5	5	5
193	5	5	5	5	5	5	5	5	5
194	5	5	4	4	5	5	4	5	5
195	5	4	5	5	5	5	4	4	4
196	5	5	4	4	5	5	5	4	4
197	4	3	4	5	3	4	4	4	5
198	4	5	5	5	5	4	4	4	5
199	5	5	5	5	5	5	5	5	5
200	5	5	4	4	4	5	5	4	4
201	5	4	4	5	5	4	5	4	5
202	5	4	5	4	5	5	5	4	5
203	5	5	4	4	4	5	5	5	4
204	4	5	5	4	5	5	5	4	4
205	5	4	4	5	3	4	5	4	4
206	4	5	5	5	4	5	5	4	4
207	4	4	4	5	4	4	4	4	4
208	4	5	5	4	4	4	5	4	4
209	3	2	3	3	2	3	3	2	3
210	4	4	5	4	3	5	4	4	5
211	5	5	4	5	5	5	4	5	5
212	4	4	5	5	4	5	5	4	4
213	5	5	5	5	4	5	4	4	4
214	4	5	5	5	4	4	5	5	5
215	5	3	4	4	5	5	5	4	5
216	5	4	4	4	5	5	4	4	5
217	5	5	4	5	5	5	5	4	4
218	4	5	5	4	4	4	4	5	5
219	5	5	5	5	4	5	5	5	5
220	4	4	5	5	4	5	5	5	5
221	5	5	5	5	5	5	5	5	5
222	5	5	4	4	3	4	4	5	5



No	RQ.1	RQ.2	RQ.3	RQ.4	RQ.5	RQ.6	RQ.7	RQ.8	RQ.9
223	5	5	5	5	5	5	5	5	5
224	5	5	5	5	5	5	5	5	5
225	4	4	4	5	5	5	5	4	4
226	5	5	5	5	5	5	5	5	5
227	4	4	5	5	3	5	4	4	5
228	5	5	5	5	5	5	5	5	5
229	5	4	4	5	3	4	5	4	5
230	5	5	5	5	5	5	5	5	5
231	4	5	3	5	5	5	4	4	4
232	5	5	4	5	5	5	5	4	4
233	4	4	4	5	4	5	4	4	5
234	5	5	5	5	5	5	5	5	5
235	5	4	3	4	5	5	4	4	5
236	3	3	4	3	3	2	3	2	3



No	STC.1	STC.2	STC.3	AL.1	AL.2	AL.3	AL.4	BL.1	BL.2	BL.3
1	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
4	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	5	3	3	4	4	3	3	3	3
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
11	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3
12	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
14	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1
15	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
16	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4
17	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3
18	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3
19	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4
20	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3
21	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3
22	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
23	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
32	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3
33	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4
34	3	3	3	5	5	4	4	5	5	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
37	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
38	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4
39	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4
40	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
41	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5
42	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
43	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
44	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
46	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
47	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5
48	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
51	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
52	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4
53	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
54	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
55	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2
56	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
57	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5
58	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4
59	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
60	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5
61	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
62	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4
63	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4
64	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4
69	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
70	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
71	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4
72	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

No	STC.1	STC.2	STC.3	AL.1	AL.2	AL.3	AL.4	BL.1	BL.2	BL.3
75	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
76	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5
77	2	3	2	4	4	4	3	3	3	4
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	3	3	2	4	4	4	3	2	2	3
82	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
83	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
84	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
85	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
86	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5
90	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4
91	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
92	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4
93	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5
97	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
98	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5
99	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
101	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
104	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
106	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
112	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5
113	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
118	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
119	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
120	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4
121	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
122	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
123	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
124	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
125	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
127	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
128	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
129	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
130	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4
131	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
132	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
133	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4
134	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
135	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
136	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4
137	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
138	2	3	2	2	2	3	2	1	1	1
139	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
140	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
141	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
142	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
143	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4
144	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
145	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4
146	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4
147	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
148	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4

No	STC.1	STC.2	STC.3	AL.1	AL.2	AL.3	AL.4	BL.1	BL.2	BL.3
149	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
150	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
151	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4
152	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
153	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4
154	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
155	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
157	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4
158	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
159	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4
160	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
161	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4
162	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
163	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
164	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
165	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
166	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
167	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4
168	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
169	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
170	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
171	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4
172	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
173	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
174	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4
175	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
176	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
177	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4
178	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
179	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
180	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4
181	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
182	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
183	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4
184	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
185	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
186	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
187	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
188	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4
189	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5
190	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
191	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
192	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
193	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4
194	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
195	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
196	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
197	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
198	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
199	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5
200	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5
201	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
202	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
203	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
204	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
205	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
206	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4
207	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
208	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
209	3	3	4	5	4	4	5	4	3	4
210	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
211	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5
212	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
213	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
214	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
215	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4
216	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
217	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4
218	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
219	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
220	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
221	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
222	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4

No	STC.1	STC.2	STC.3	AL.1	AL.2	AL.3	AL.4	BL.1	BL.2	BL.3
223	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
224	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
225	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
226	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
227	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
228	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
229	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4
230	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4
231	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4
232	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4
233	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
234	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
235	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
236	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4



**LAMPIRAN III: UJI VALDITAS DAN RELIABILITAS**  
**Validitas dan Reliabilitas: Pre Test BAB 3**

**Scale: ALL VARIABLES**

Hasil Uji Validitas

<b>Variabel</b>	<b>Butir</b>	<b>r-hitung</b>	<b>r-tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Content Quality</i>	1	0,925	0,361	<i>Valid</i>
	2	0,920	0,361	<i>Valid</i>
	3	0,933	0,361	<i>Valid</i>
	4	0,888	0,361	<i>Valid</i>
	5	0,932	0,361	<i>Valid</i>
	6	0,935	0,361	<i>Valid</i>
	7	0,846	0,361	<i>Valid</i>
<i>Relationship Quality</i>	1	0,929	0,361	<i>Valid</i>
	2	0,896	0,361	<i>Valid</i>
	3	0,808	0,361	<i>Valid</i>
	4	0,770	0,361	<i>Valid</i>
	5	0,914	0,361	<i>Valid</i>
	6	0,931	0,361	<i>Valid</i>
	7	0,905	0,361	<i>Valid</i>
	8	0,897	0,361	<i>Valid</i>
	9	0,911	0,361	<i>Valid</i>
<i>Stickiness</i>	1	0,893	0,361	<i>Valid</i>
	2	0,892	0,361	<i>Valid</i>
	3	0,848	0,361	<i>Valid</i>
<i>Attitudinal Loyalty</i>	1	0,904	0,361	<i>Valid</i>
	2	0,924	0,361	<i>Valid</i>
	3	0,934	0,361	<i>Valid</i>
	4	0,871	0,361	<i>Valid</i>
<i>Behavioral Loyalty</i>	1	0,886	0,361	<i>Valid</i>
	2	0,953	0,361	<i>Valid</i>
	3	0,900	0,361	<i>Valid</i>

### Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Limit of. Cronbach Alpha	Keterangan
<i>Content quality</i>	0,975	0,60	Reliabel
<i>Relationship quality</i>	0,974	0,60	Reliabel
<i>Stickiness</i>	0,934	0,60	Reliabel
<i>Attitudinal loyalty</i>	0,962	0,60	Reliabel
<i>Behavioral loyalty</i>	0,958	0,60	Reliabel

### Kelas Interval Penilaian Variabel

Variabel	Interval Kelas				
	1.00 – 1.80	1.81 – 2.60	2.61 – 3.40	3.41 – 4.20	4.21 – 5.00
<i>Content quality</i>	Sangat rendah	Rendah	Cukup tinggi	Tinggi	Sangat tinggi
<i>Relationship quality</i>	Sangat rendah	Rendah	Cukup tinggi	Tinggi	Sangat tinggi
<i>Stickiness</i>	Sangat rendah	Rendah	Cukup tinggi	Tinggi	Sangat tinggi
<i>Attitudinal loyalty</i>	Sangat rendah	Rendah	Cukup tinggi	Tinggi	Sangat tinggi
<i>Behavioral loyalty</i>	Sangat rendah	Rendah	Cukup tinggi	Tinggi	Sangat tinggi

## LAMPIRAN VI: ANALISIS PROFIL RESPONDEN

### Profil Responden Berdasarkan Penggunaan dan Pembelian di Aplikasi

#### Shopee

Penggunaan dan Pembelian di Aplikasi Shopee	Jumlah	Persentase
Ya, saya pengguna aplikasi Shopee yang menonton video pendek Shopee dan pernah melakukan transaksi di Shopee	236	100,0
Tidak, saya bukan pengguna aplikasi Shopee	0	0,0
<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>

### Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	187	79,2
Laki-laki	49	20,8
<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>

### Profil Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17 - 22 tahun	29	12,3
23 - 28 tahun	142	60,2
28 tahun keatas	65	27,5
<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>

### Profil Responden Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku Bulanan

Pendapatan atau Uang Saku	Jumlah	Persentase
< Rp. 2.000.000	35	14,8
Rp. 2.000.001 – Rp. 7.000.000	157	66,5
Rp. 7.000.001 – Rp. 12.000.000	39	16,5
> Rp. 12.000.001	5	2,1
<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>

### Profil Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Aplikasi Shopee



Lama Penggunaan Aplikasi Shopee	Jumlah	Persentase
< 1 tahun	0	0,0
1 – 2 tahun	58	24,6
> 2 tahun	178	75,4
<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>

### Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Bulanan pada Aplikasi Shopee

Pengeluaran Bulanan pada Aplikasi Shopee	Jumlah	Persentase
< Rp. 500.000	35	14,8
Rp. 500.001 – Rp. 2.000.000	157	66,5
Rp. 2.000.001 – Rp. 4.000.000	39	16,5
> Rp. 4.000.001	5	2,1
<b>Total</b>	<b>236</b>	<b>100,0</b>

## LAMPIRAN V: ANALISIS DESKRIPTIF

### Validitas dan Reliabilitas: Content Quality

#### Scale: ALL VARIABLES

Penilaian Responden Pada Variabel Contet Quality

No	Variabel / Item Pernyataan	Mean	Std. Dev	Kategori
1	Video pendek Shopee membantu saya untuk mengevaluasi produk tersebut.	4,3729	,64309	Sangat Tinggi
2	Video pendek Shopee membantu saya mengenali produk tersebut.	4,5000	,62228	Sangat Tinggi
3	Video pendek Shopee membantu saya untuk memahami kinerja produk tersebut.	4,3305	,67231	Sangat Tinggi
4	Demonstrasi pada video pendek Shopee cukup jelas.	4,1949	,76362	Tinggi
5	Demonstrasi pada video pendek Shopee cukup detail.	4,2669	,72106	Sangat Tinggi
6	Saya mendapatkan informasi produk dengan baik melalui suara atau gambar pada video pendek Shopee.	4,3263	,65842	Sangat Tinggi
7	Gambar dan suara video pendek Shopee memberikan informasi yang menarik	4,2966	,65635	Sangat Tinggi

<b>8</b>	<b><i>Content Quality</i></b>	<b>4,3269</b>	<b>,55995</b>	<b>Sangat Tinggi</b>
----------	-------------------------------	---------------	---------------	----------------------

### **Validitas dan Reliabilitas: Relationship Quality**

Deskriptif Jawaban Responden pada Variabel Relationship Quality

No	Variabel / Item Pernyataan	Mean	Std. Dev	Kategori
1	Saya merasa puas selama berbelanja di video pendek Shopee.	4,2754	,75821	Sangat Tinggi
2	Saya merasa menjadi bagian pada video pendek Shopee.	4,1271	,87564	Tinggi
3	Saya merasa video pendek Shopee akan mendapat kesuksesan jangka panjang.	4,1356	,70759	Tinggi
4	Saya aktif berpartisipasi untuk melakukan transaksi dalam video pendek Shopee.	4,1822	,77505	Tinggi
5	Saya menonton video pendek Shopee untuk berbelanja.	4,0424	,90760	Tinggi
6	Saya sering berbelanja dalam video pendek Shopee.	4,1949	,81745	Tinggi
7	Video pendek Shopee menjelaskan secara jujur mengenai suatu produk.	4,1737	,76597	Tinggi
8	Saya ikut mempromosikan video pendek Shopee.	4,0169	,95857	Tinggi
9	Saya berharap teman yang saya rekomendasikan video pendek Shopee ikut berbelanja.	4,2415	,79689	Sangat Tinggi
<b>10</b>	<b><i>Relationship Quality</i></b>	<b>4,1544</b>	<b>,68486</b>	<b>Tinggi</b>

### **Validitas dan Reliabilitas: Stickiness**

Deskriptif Jawaban Responden pada Variabel Stickiness

No	Variabel / Item Pernyataan	Mean	Std. Dev	Kategori
1	Saya meluangkan waktu yang cukup lama saat mencari informasi mengenai suatu produk di aplikasi Shopee.	4,3220	,75379	Sangat Tinggi
2	Saya akan terus menggunakan aplikasi Shopee dalam konteks belanja online.	4,3814	,61774	Sangat Tinggi
3	Saya sering membuka fitur video pendek saat	4,2458	,69572	Sangat

	sedang di aplikasi Shopee.			Tinggi
4	<i>Stickiness</i>	4,3164	,63596	Sangat Tinggi

### Validitas dan Reliabilitas: Attitudinal Loyalty

17 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Attitudinal Loyalty

No	Variabel / Item Pernyataan	Mean	Std. Dev	Kategori
1	Saya merasa familiar dengan fitur video pendek Shopee.	4,3941	,69757	Sangat Tinggi
2	Shopee menjadi aplikasi favorite saya dalam berbelanja.	4,4703	,63512	Sangat Tinggi
3	Saya selalu merasa senang berbelanja di Shopee.	4,3771	,58867	Sangat Tinggi
4	Saya merasa betah menjadi pelanggan di Shopee.	4,2246	,68757	Tinggi
5	<i>Attitudinal Loyalty</i>	4,3665	,58271	Sangat Tinggi

### Validitas dan Reliabilitas: Behavior Loyalty

Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Behavior Loyalty

No	Variabel / Item Pernyataan	Mean	Std. Dev	Kategori
1	Saya ingin terus menggunakan fitur video pendek Shopee.	4,3008	,78724	Sangat Tinggi
2	Saya akan terus merekomendasikan fitur video pendek Shopee kepada orang lain.	4,2331	,78329	Sangat Tinggi
3	Jika ingin membeli suatu produk, saya akan mencarinya melalui fitur video pendek Shopee.	4,1907	,69165	Tinggi
4	<i>Behavior Loyalty</i>	4,2415	,69279	Sangat Tinggi

**LAMPIRAN VI: EVALUASI GOODNESS OF FIT-MENILAI  
OUTER MODEL**

*Convergent Validity*

**Scale: ALL VARIABLES**

Outer loading

	CQ	RQ	STC	AL	BL
CQ.1	0,832				
CQ.2	0,829				
CQ.3	0,783				
CQ.4	0,844				
CQ.5	0,881				
CQ.6	0,806				
CQ.7	0,811				
RQ.1		0,839			
RQ.2		0,806			
RQ.3		0,765			
RQ.4		0,801			
RQ.5		0,860			
RQ.6		0,857			
RQ.7		0,849			
RQ.8		0,898			
RQ.9		0,836			
STC.1			0,943		
STC.2			0,908		
STC.3			0,914		
AL.1				0,924	
AL.2				0,900	
AL.3				0,870	
AL.4				0,875	
BL.1					0,922
BL.2					0,932
BL.3					0,899

## *Discriminant Validity*

**Scale: ALL VARIABLES**

Cross loadings

	CQ	RQ	STC	AL	BL
CQ.1	<b>0,832</b>	0,728	0,639	0,600	0,544
CQ.2	<b>0,829</b>	0,706	0,630	0,514	0,487
CQ.3	<b>0,783</b>	0,677	0,570	0,553	0,513
CQ.4	<b>0,844</b>	0,785	0,681	0,589	0,562
CQ.5	<b>0,881</b>	0,806	0,671	0,613	0,530
CQ.6	<b>0,806</b>	0,673	0,585	0,528	0,560
CQ.7	<b>0,811</b>	0,687	0,613	0,553	0,512
RQ.1	0,726	<b>0,839</b>	0,654	0,583	0,502
RQ.2	0,700	<b>0,806</b>	0,649	0,562	0,514
RQ.3	0,705	<b>0,765</b>	0,620	0,579	0,564
RQ.4	0,734	<b>0,801</b>	0,677	0,553	0,560
RQ.5	0,764	<b>0,860</b>	0,692	0,601	0,593
RQ.6	0,767	<b>0,857</b>	0,717	0,612	0,577
RQ.7	0,744	<b>0,849</b>	0,682	0,605	0,564
RQ.8	0,712	<b>0,898</b>	0,717	0,603	0,608
RQ.9	0,737	<b>0,836</b>	0,668	0,630	0,613
STC.1	0,741	0,771	<b>0,943</b>	0,693	0,608
STC.2	0,693	0,724	<b>0,908</b>	0,616	0,551
STC.3	0,668	0,741	<b>0,914</b>	0,693	0,651
AL.1	0,559	0,575	0,542	<b>0,924</b>	0,723
AL.2	0,669	0,695	0,690	<b>0,900</b>	0,736
AL.3	0,614	0,614	0,676	<b>0,870</b>	0,690
AL.4	0,590	0,640	0,670	<b>0,875</b>	0,687
BL.1	0,607	0,655	0,630	0,767	<b>0,922</b>
BL.2	0,551	0,587	0,557	0,653	<b>0,932</b>
BL.3	0,598	0,619	0,611	0,757	<b>0,899</b>

## Construct Reliability & Validity (Reliabilitas dan Validitas Konstruk)

### Scale: ALL VARIABLES

#### Construct Reliability

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
CQ	0,923	0,925	0,938	0,684
RQ	0,946	0,946	0,954	0,698
STC	0,912	0,914	0,944	0,850
AL	0,915	0,916	0,940	0,797
BL	0,906	0,910	0,941	0,842

## LAMPIRAN VII: EVALUASI GOODNESS OF FIT-MENILAI INNER MODEL

### Scale: ALL VARIABLES

#### Nilai R-Square dan Adjusted R-Square

	R-square	R-square adjusted
RQ	0,769	0,769
STC	0,666	0,664
AL	0,526	0,524
BL	0,646	0,644

## LAMPIRAN VII: PENGUJIAN HIPOTESIS

Scale: ALL VARIABLES

Path coefficients

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
CQ -> RQ	0,877	0,874	0,019	44,997	0,000
RQ -> STC	0,616	0,615	0,079	7,751	0,000
CQ -> STC	0,220	0,217	0,083	2,658	0,008
STC -> AL	0,725	0,719	0,045	16,191	0,000
STC -> BL	0,167	0,170	0,057	2,954	0,003
AL -> BL	0,674	0,667	0,055	12,356	0,000
STC -> AL -> BL	0,489	0,480	0,053	9,171	0,000

Mean, STDEV, T statistics, P values

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ( O/STDEV )	P values
CQ -> RQ	0,877	0,874	0,019	44,997	0,000
RQ -> STC	0,616	0,615	0,079	7,751	0,000
CQ -> STC	0,220	0,217	0,083	2,658	0,008
STC -> AL	0,725	0,719	0,045	16,191	0,000
STC -> BL	0,167	0,170	0,057	2,954	0,003
AL -> BL	0,674	0,667	0,055	12,356	0,000
STC -> AL -> BL	0,489	0,480	0,053	9,171	0,000

## Model Hubungan Antar Variabel Hasil Penelitian

