

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data tentang pengaruh sosial *brand community* pada anggota komunitas klub-klub motor di Yogyakarta, maka dapat diambil kesimpulan:

1. Hipotesis pertama penelitian ini menduga bahwa *Brand community Identification* dipengaruhi secara positif oleh *Brand Relationship Quality*.

Hipotesis tersebut dapat dituliskan sebagai berikut:

Ho1: *Brand community identification* tidak dipengaruhi secara positif oleh *Brand relationship quality*.

Ha1: *Brand community identification* dipengaruhi secara positif oleh *Brand relationship quality*.

Berdasarkan analisa data diperoleh nilai t hitung hipotesis pertama sebesar 4.193 lebih besar dari t tabel satu sisi yang sebesar 2.009 pada tingkat signifikansi 5%. Dengan begitu berarti penelitian ini menolak Ho1, dan menerima Ha1, bahwa *Brand Relationship Quality* berpengaruh positif terhadap *Brand Community Identification*.

Hal ini berarti dapat menjawab rumusan masalah penelitian nomor 1, "Bagaimanakah pengaruh *brand relationship quality* pada anggota komunitas klub-klub otomotif di Yogyakarta?", yaitu Semakin tinggi tingkat *brand relationship quality* anggota komunitas klub motor di Yogyakarta maka semakin kuat *brand community indentification* orang tersebut. Dengan kata lain, semakin

puas atau semakin erat hubungan antara anggota komunitas dengan merek motornya maka semakin kuat pula hubungan orang tersebut dengan komunitas yang ia jalani.

2. Hipotesis kedua penelitian ini menduga bahwa *community engagement* dipengaruhi secara positif oleh *brand community identification*. Hipotesis tersebut dapat dituliskan sebagai berikut:

Ho2: *Community engagement* tidak dipengaruhi secara positif oleh *brand community identification*.

Ha2: *Community engagement* dipengaruhi secara positif oleh *brand community identification*.

Berdasarkan analisa data diperoleh nilai t hitung hipotesis pertama sebesar 6.242 lebih besar dari t tabel satu sisi yang sebesar 2.009 pada tingkat signifikansi 5%. Dengan begitu berarti penelitian ini menolak Ho2, dan menerima Ha2, bahwa *community engagement* dipengaruhi secara positif oleh *brand community identification*.

Hal ini berarti dapat menjawab rumusan masalah penelitian nomor 2, "Bagaimanakah pengaruh *brand community identification* pada anggota komunitas klub-klub otomotif di Yogyakarta?", yaitu Semakin tinggi tingkat *brand community identification* anggota komunitas klub motor di Yogyakarta maka semakin kuat *community engagement* orang tersebut. Dengan kata lain, semakin anggota komunitas motor di Yogyakarta merasa menjadi bagian dari komunitas tersebut, maka semakin kuat motivasi intrinsik orang tersebut untuk berpartisipasi dan berinteraksi di dalam komunitasnya.

3. Hipotesis ketiga penelitian ini menduga bahwa *normative community pressure* dipengaruhi secara negatif oleh *brand community identification*.

Hipotesis tersebut dapat dituliskan sebagai berikut:

H₀₃: *Normative community pressure* tidak dipengaruhi secara negatif oleh *brand community identification*.

H_{a3}: *Normative community pressure* dipengaruhi secara negatif oleh *brand community identification*.

Berdasarkan analisa data diperoleh nilai t hitung hipotesis pertama sebesar 2.489 lebih besar dari t tabel satu sisi yang sebesar 2.009 pada tingkat signifikansi 5%, tetapi nilai estimasinya tidak menunjukkan arah yang negatif melainkan positif sebesar 0.402 . Dengan begitu berarti penelitian ini menolak H_{a3}, dan menerima H₀₃, bahwa *brand community identification* tidak berpengaruh negatif terhadap *Normative community pressure*.

Hal ini berarti dapat menjawab rumusan masalah penelitian nomor 3, "Bagaimanakah pengaruh *normative community pressure* pada anggota komunitas klub-klub otomotif di Yogyakarta?", yaitu Semakin tinggi tingkat *brand community identification* anggota komunitas klub motor di Yogyakarta maka semakin kuat *Normative community pressure* orang tersebut. Dengan kata lain, semakin anggota komunitas motor di Yogyakarta merasa menjadi bagian dari komunitas tersebut, maka semakin kuat tekanan yang dihadapi atau dirasakan oleh orang tersebut pada komunitasnya.

4. Hipotesis keempat penelitian ini menduga bahwa *normative community pressure* dipengaruhi secara positif oleh *community engagement*. Hipotesis tersebut dapat dituliskan sebagai berikut:

Ho4: *Normative community pressure* tidak dipengaruhi secara positif oleh *community engagement*.

Ha4: *Normative community pressure* dipengaruhi secara positif oleh *community engagement*.

Berdasarkan analisa data diperoleh nilai t hitung hipotesis keempat sebesar 2.102 lebih besar dari t tabel satu sisi yang sebesar 2.009 pada tingkat signifikansi 5%. Dengan begitu berarti penelitian ini menolak Ho3, dan menerima Ha3, bahwa *community engagement* berpengaruh positif terhadap *Normative community pressure*.

Hal ini berarti dapat menjawab rumusan masalah penelitian nomor 4, "Bagaimanakah pengaruh *community engagement* pada anggota komunitas klub-klub otomotif di Yogyakarta?", yaitu Semakin kuat *community engagement* anggota komunitas klub motor di Yogyakarta maka semakin kuat pula *Normative community pressure* orang tersebut. Dengan kata lain, semakin anggota komunitas motor di Yogyakarta terikat dengan komunitasnya maka semakin kuat ekspetasi yang dihadapi atau dirasakannya terhadap komunitas.

5.2 Implikasi Teori

Berdasarkan hasil analisa data dan hipotesis yang dilakukan, maka implikasi teori dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini mendukung teori yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang erat antara *customer* dengan *brand*, dan hal ini akan berpengaruh secara positif terhadap proses integrasi dan identifikasi anggota dengan komunitasnya (Rene et al. 2005, didukung oleh penelitian Bhattacharya et al. 2003 dan Aaker, 1997). Pada umumnya suatu komunitas, dalam hal ini *brand community*, tercipta atau diciptakan berdasarkan kesamaan minat atau keyakinan pada *brand* atau hak tertentu. Responden penelitian ini, anggota komunitas klub-klub motor di Yogyakarta mempunyai minat yang sama terhadap *brand* tertentu, sehingga mereka membentuk klub-klub berdasarkan kesamaan *interest* tersebut.

Contohnya Ikatan Toger Motor Yogyakarta, mereka terbentuk karena terdapat sekelompok orang yang mempunyai rasa ketertarikan yang besar terhadap motor Tiger sehingga ingin membentuk suatu media yang dapat mempertemukan kesamaan minat mereka. Sedangkan bagi orang yang menggunakan motor Tiger tapi tidak mempunyai rasa ketertarikan yang cukup besar, maka mereka tidak merasa perlu bergabung dengan komunitas karena *interest* mereka berlainan. Dengan begitu, penelitian ini dapat memperlihatkan bukti bahwa besarnya derajat hubungan atau seberapa dalam *customer* memandang hubungannya dengan *brand* yang ia minati akan mempengaruhi dirinya dalam memandang hubungannya dengan komunitas.

1. Penelitian ini mendukung teori yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang erat antara *customer* dengan *brand*, dan hal ini akan berpengaruh secara positif terhadap proses integrasi dan identifikasi anggota dengan komunitasnya (Rene et al. 2005, didukung oleh penelitian Bhattacharya et al. 2003 dan Aaker, 1997). Pada umumnya suatu komunitas, dalam hal ini *brand community*, tercipta atau diciptakan berdasarkan kesamaan minat atau keyakinan pada *brand* atau hak tertentu. Responden penelitian ini, anggota komunitas klub-klub motor di Yogyakarta mempunyai minat yang sama terhadap *brand* tertentu, sehingga mereka membentuk klub-klub berdasarkan kesamaan *interest* tersebut.

Contohnya Ikatan Toger Motor Yogyakarta, mereka terbentuk karena terdapat sekelompok orang yang mempunyai rasa ketertarikan yang besar terhadap motor Tiger sehingga ingin membentuk suatu media yang dapat mempertemukan kesamaan minat mereka. Sedangkan bagi orang yang menggunakan motor Tiger tapi tidak mempunyai rasa ketertarikan yang cukup besar, maka mereka tidak merasa perlu bergabung dengan komunitas karena *interest* mereka berlainan. Dengan begitu, penelitian ini dapat memperlihatkan bukti bahwa besarnya derajat hubungan atau seberapa dalam *customer* memandang hubungannya dengan *brand* yang ia minati akan mempengaruhi dirinya dalam memandang hubungannya dengan komunitas.

2. Penelitian ini mendukung teori yang mengemukakan bahwa *community engagement* merupakan suatu pengaruh positif dari identifikasi anggota komunitas terhadap komunitasnya (Rene et al., 2005, didukung oleh penelitian McAlexander et al. 2002, Muniz et al. 2001 dan Muniz et al. 2005). Hasil dari analisa data menunjukkan bahwa semakin seseorang merasa menjadi bagian dari komunitasnya maka semakin kuat pula keinginan atau kemauan dirinya dalam berinteraksi dan bekerja sama dengan komunitasnya. Hal ini berkaitan dengan komponen kognitif dan afektif anggota, dimana ada keterlibatan emosional dan *self awareness* yang mengikuti proses identifikasi anggota terhadap komunitasnya.

3. Penelitian ini menolak teori yang menyatakan bahwa dengan semakin kuatnya identifikasi anggota komunitas terhadap komunitasnya akan mengurangi tekanan yang dihadapi anggota tersebut dalam komunitas (*Normative Community Pressure*) (Rene et al., 2005). Menurut *The Psychology of Attitude*, dikatakan bahwa dengan berkurangnya jarak antara nilai-nilai, norma-norma dan tujuan-tujuan komunitas dengan anggotanya maka akan mengurangi atau melemahkan persepsi anggota komunitas terhadap tekanan ekspektasi yang dihadapi dirinya sendiri atau yang diharapkan komunitas (Eagly & Chaiken, 1993).

Tetapi hasil dari penelitian ini berbeda dari teori yang ada, karena dari data yang dianalisis memang ada pengaruh yang signifikan antara *identification brand community* terhadap *normative community*

pressure, tetapi arahnya positif, yang menandakan semakin kuat *identification brand community* anggota maka akan semakin kuat pula tekanan normatif yang dihadapinya.

4. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Langerak et al. 2003, disimpulkan bahwa pada umumnya anggota komunitas yang mempunyai ikatan intrinsik yang erat dengan komunitasnya, akan lebih berani, aktif, *vocal* dan berperan dalam kegiatan-kegiatan komunitas. Penelitian ini mendukung penelitian tersebut dan juga teori yang menyatakan bahwa semakin kuat level *engagement* anggota komunitas akan diikuti dengan meningkatnya ekspektasi anggota lainnya dalam berperilaku dan juga persepsi pribadi dalam menghadapi atau merasakan ekspektasi komunitas terhadap dirinya sendiri (Rene et al., 2005). Karena berdasarkan analisa data terlihat atau terdapat pengaruh yang signifikan antara *community engagement* dengan *normative community pressure*.

5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan pada anggota komunitas klub-klub motor di Yogyakarta maka implikasi manajerialnya adalah sebagai berikut:

Dari penelitian ini diketahui bahwa untuk menjadi anggota komunitas klub motor tertentu pada umumnya orang tersebut mempunyai motor dengan brand tertentu. Sebagian besar komunitas motor di Yogyakarta yang menjadi responden

penelitian ini bernaung pada *brand* tertentu, seperti Ikatan Motor Tiger Yogyakarta – Tiger Honda, Jogja King Club – King Yamaha, atau Suzuki Thunder Community Yogyakarta – Thunder Suzuki. Dengan begitu, dapat dilihat bahwa hubungan *customer* dengan *brand* terjalin erat, karena mereka mengidentifikasi diri mereka atau komunitas yang mereka dirikan pada brand otomotif tertentu.

Hal ini seharusnya dapat dilihat sebagai suatu peluang bagi para pemasar otomotif, dimana mereka dapat meraih *customer* yang loyalitasnya cukup tinggi pada saluran ini. Salah satu strategi yang dapat dipertimbangkan oleh para pemasar otomotif adalah dengan menjalin kerjasama dengan komunitas-komunitas ini, caranya dapat dengan memberikan dukungan berupa subsidi bahan bakar saat ada kegiatan *touring*, menjadi sponsor dalam acara yang diadakan, atau dengan melakukan interaksi langsung dalam pertemuan-pertemuan mingguan/bulanan mereka. Dengan melakukan strategi ini, para pemasar otomotif selain mendapat pelanggan yang loyal, juga dapat menerima *feedback* langsung dan cepat dari customer.

Dari sisi pengelola komunitas, penelitian ini memberikan hasil bahwa variabel *brand community identification* merupakan salah satu faktor penting dalam kaitannya dengan interaksi anggota terhadap komunitasnya. Oleh karena itu, pengelola komunitas perlu lebih memperhatikan aspek-aspek yang dapat mendorong partisipasi anggota dalam kegiatan komunitas.

Contohnya penelitian yang dilakukan oleh McAlexander et al. 2001, didapatkan bahwa partisipasi anggota komunitas Jeep pada *event* Jeep Brandfest

telah meningkatkan hubungan mereka dengan kendaraannya dan juga komunitasnya secara signifikan. Hal ini dapat dijadikan acuan bagi pengelola komunitas untuk mengadakan suatu acara atau *event* yang dapat menyatukan anggotanya, membangkitkan antusiasisme, dan meningkatkan interaksi anggotanya, seperti event Jeep Brandfest tersebut.

Dari penelitian ini diketahui bahwa suatu komunitas merupakan tempat atau saluran bagi orang-orang untuk berbagi minat dan *meaning* yang sama dan sering dianggap rumah kedua bagi anggota komunitasnya, untuk itu pengelola komunitas perlu memperhatikan aspek ini lebih dalam. Pengelola komunitas dapat melakukan suatu kegiatan yang bervariasi dalam setiap pertemuannya, sehingga anggotanya tidak hanya datang, duduk dan ngobrol saja, tetapi juga dapat meningkatkan hubungan yang terjalin di antara anggota dengan anggota komunitas lainnya.

Saran yang penulis dapat berikan adalah sebagai berikut; di Yogyakarta klub-klub motor biasanya berkumpul seminggu dua kali, yaitu hari Rabu sore dan Sabtu malam. Pada hari-hari tersebut daripada tidak melakukan kegiatan apapun selain berkumpul, dapat diselingi kegiatan-kegiatan yang membawa pengaruh positif dalam diri anggotanya seperti kegiatan perenungan, berkeliling bersilaturahmi dengan komunitas motor lainnya, mengasah kreativitas dan lain-lain. Dengan begitu diharapkan anggota komunitas tidak akan bosan dengan kegiatannya yang itu-itu saja, serta dapat meningkatkan jalinan kekeluargaan di antara komunitas.

Dari penelitian ini diketahui bahwa variabel *normative community pressure* berpengaruh terhadap interaksi anggota terhadap komunitasnya. Hal ini dikarenakan adanya aturan-aturan, kebijaksanaan-kebijaksanaan atau norma-norma tertentu yang dirasakan menekan atau mengurangi kebebasan anggotanya. Untuk itu pengelola komunitas perlu mempertimbangkan kembali atau memperhatikan bagian-bagian mana dari kebijaksanaan komunitas yang dapat menekan atau mengurangi kebebasan anggota komunitasnya. Hal ini perlu dilakukan secara dua belah pihak, yaitu antara pengelola komunitas dengan anggotanya sehingga tujuan-tujuan yang ingin dicapai dari kebijaksanaan tersebut dapat dipahami bersama.

Terlihat dalam distribusi responden berdasarkan jenis kelamin, bahwa responden wanita hanya 11 responden saja hal ini dapat diartikan bahwa anggota komunitas wanita pada komunitas klub-klub sepeda motor masih sangat sedikit. Untuk itu pengelola komunitas perlu mempertimbangkan bagaimana strategi yang efektif dalam meraih anggota wanita untuk masuk ke dalam komunitas. Karena di Yogyakarta sendiri banyak sekali wanita pengguna sepeda motor, berarti masih besar peluang yang dapat menarik kaum wanita sebagai anggota komunitas.

5.4 Penelitian Lanjutan

5.4.1 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mempengaruhi hasil yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan di satu kota saja yaitu Yogyakarta dan hanya diwakili oleh 10 klub motor seperti yang tertera pada bab IV,

sedangkan menurut Jogja Automotif Club terdapat lebih dari 40 komunitas yang tersebar di Yogyakarta, hal ini berarti sampel yang diambil masih sedikit.

2. Penelitian ini dikembangkan berdasarkan penelitian sebelumnya, dimana penelitian sebelumnya dilakukan di Eropa. Penulis penelitian ini sebelumnya adalah Rene Algeisheimer, Utpal M. Dholakia, dan Andreas Herrmann. Dengan begitu terdapat perbedaan budaya, bahasa dan lain-lain dengan penelitian yang dilakukan di Yogyakarta, sehingga perlu dilakukan beberapa penyesuaian tertentu agar penelitian ini lebih mudah diterapkan.

5.4.2 Saran untuk riset selanjutnya

1. Untuk pengembangan dari penelitian ini dapat dilakukan di kota-kota lain dengan jumlah klub-klub motor yang lebih banyak, dengan begitu hasil yang didapatkan mungkin akan berbeda dan bervariasi.
2. Penelitian ini hanya menggunakan klub-klub motor sebagai sampelnya, untuk itu penelitian berikutnya akan lebih baik jika mempergunakan sampel klub otomotif lainnya seperti mobil, dengan begitu dapat dilihat hasil yang berbeda dan juga dapat dibandingkan antara klub motor dan klub mobil.
3. Indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel akan lebih baik jika diperbanyak, dengan begitu kemungkinan kelayakan model fit akan lebih baik serta dapat lebih menggali penelitian ini lebih dalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Algesheimer, Rene, Dholakia, Utpal M. and Herrman, Andreas, 2005, *The Social Influence of Brand Community: Evidence from European Car Clubs*, Journal of Marketing, July.
- Cook, Brad, *Membership Has Its Previlleges*, 2003.
- David O. S., Jonathan L. F., & L. Anne P., 1994, *Psikologi Sosial*, Penerbit Erlangga.
- Devasagayam, P. Raj., *Building On-line Brand Communities: Strategies and Implications*, 2004.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Sitinjak, Tony, 2004, *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ferdinand, Augusty, 2005, *Structural Equation Model*, CV Indoprint, Semarang.
- Floyd, Mark, *Study: Succesful Companies Building Brand Communities*, 2003.
- Ghozali, Imam, 2005, *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos Ver. 5.0*, Badan Penerbit-UNDIP, Semarang.
- Gibson, Rowan *Rethinking The Future: Business, Principles, Competition, Control, Leadership, Market and The World*, 1997.
- Hair, J.F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C., 1995, *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall, New Jersey.
- Kalman, David M., *Brand Communities, Marketing, and Media*, 2006.
- Kiely, Michael, *The Marketing Crisis and the Brand Community Solution*, 2004.
- Kompella, Kartikeya, *Building Brand Tradition*, 2003.
- Lindstrom, Martin, *Give Your Brand Away*, 2005.
- Lindstrom, Martin, *Community Brand-Buiders: Join 'Em*, 2005.
- Mc.Alexander, James H., Schouten, John W. and Koenig, Harold F., 2002, *Building Brand Community*, Journal of Marketing, January.

Muniz JR, Albert M., and O'Guinn, Thomas C., 2001, *Brand Community*, Journal of Consumer Research, March.

Muniz JR., Albert M. and Schau, Hope J., 2005, *Religiosity in The Abandoned Apple Newton Brand Community*, Journal of Consumer Research, March.

Rangkuti, Fredy, 2002, *The Power of Brands*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.



Lampiran

serviens in lumine veritatis



KUESIONER

Dengan hormat,

Saya Grace Amelia, Mahasiswi Pasca Sarjana jurusan Bisnis Internasional Universitas Atma-Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian Thesis dengan judul "Analisa Pengaruh Sosial *Brand Community* Pada Anggota Komunitas Klub-Klub Otomotif di Yogyakarta", untuk itu saya mengharapkan partisipasi anda untuk mengisi kuesioner berikut ini.

Atas partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Data pribadi responden

Beri tanda silang (X) pada salah satu pilihan jawaban yang sesuai dengan identitas anda dibawah ini :

1. Nama Komunitas atau klub motor anda:

.....

2. Jenis kelamin anda :

a. Pria b. Wanita

3. Telah bergabung dengan komunitas ini selama:

a. kurang dari 1 tahun

b. 1 tahun sampai kurang dari 3 tahun

c. lebih dari 3 tahun

Beri tanda “√” pada pernyataan yang sesuai dibawah ini :

	Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)
<i>Community Identification</i>					
Saya sangat terikat dengan komunitas ini.					
Anggota komunitas ini dan saya berbagi minat yang sama.					
Hubungan pertemanan yang saya punya dengan anggota komunitas ini sangat berarti bagi saya.					
Jika komunitas ini merencanakan sesuatu, saya berfikir bahwa hal tersebut lebih sebagai "kami" yang akan melakukan, daripada "mereka" yang akan melakukan.					
Saya melihat diri saya sebagai bagian dari komunitas ini.					
<i>Community Engagement</i>					
saya mendapatkan keuntungan dari peraturan-peraturan yang diberlakukan oleh komunitas ini.					
Saya termotivasi untuk berpartisipasi dalam kegiatan komunitas ini karena saya akan merasa lebih baik setelahnya.					
Saya termotivasi untuk berpartisipasi dalam kegiatan komunitas ini karena saya akan dapat mendukung anggota lainnya.					
saya termotivasi untuk berpartisipasi dalam kegiatan komunitas ini karena saya dapat meraih tujuan pribadi.					

	Sangat Tidak Setuju (1)	Tidak Setuju (2)	Netral (3)	Setuju (4)	Sangat Setuju (5)
<i>Normative Community Pressure</i>					
Untuk dapat diterima, saya merasa saya harus bersikap seperti bagaimana anggota komunitas ini mengharapkan saya untuk bersikap.					
Tingkah laku saya seringkali dipengaruhi oleh bagaimana anggota komunitas mengharapkan saya untuk bersikap.					
Komunitas ini sangat menekan saya untuk berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang diadakan					
Komunitas ini mengharapkan saya untuk melihat segala sesuatu dalam kacamata "komunitas".					
<i>Brand Relationship Quality</i>					
Merek ini dapat menyatakan tipe orang seperti apa diri saya.					
<i>Image</i> dari merek ini dan <i>image</i> diri saya sendiri mempunyai beberapa kesamaan dalam hal tertentu.					
Merek ini memegang peranan penting dalam hidup saya.					

TERIMA KASIH

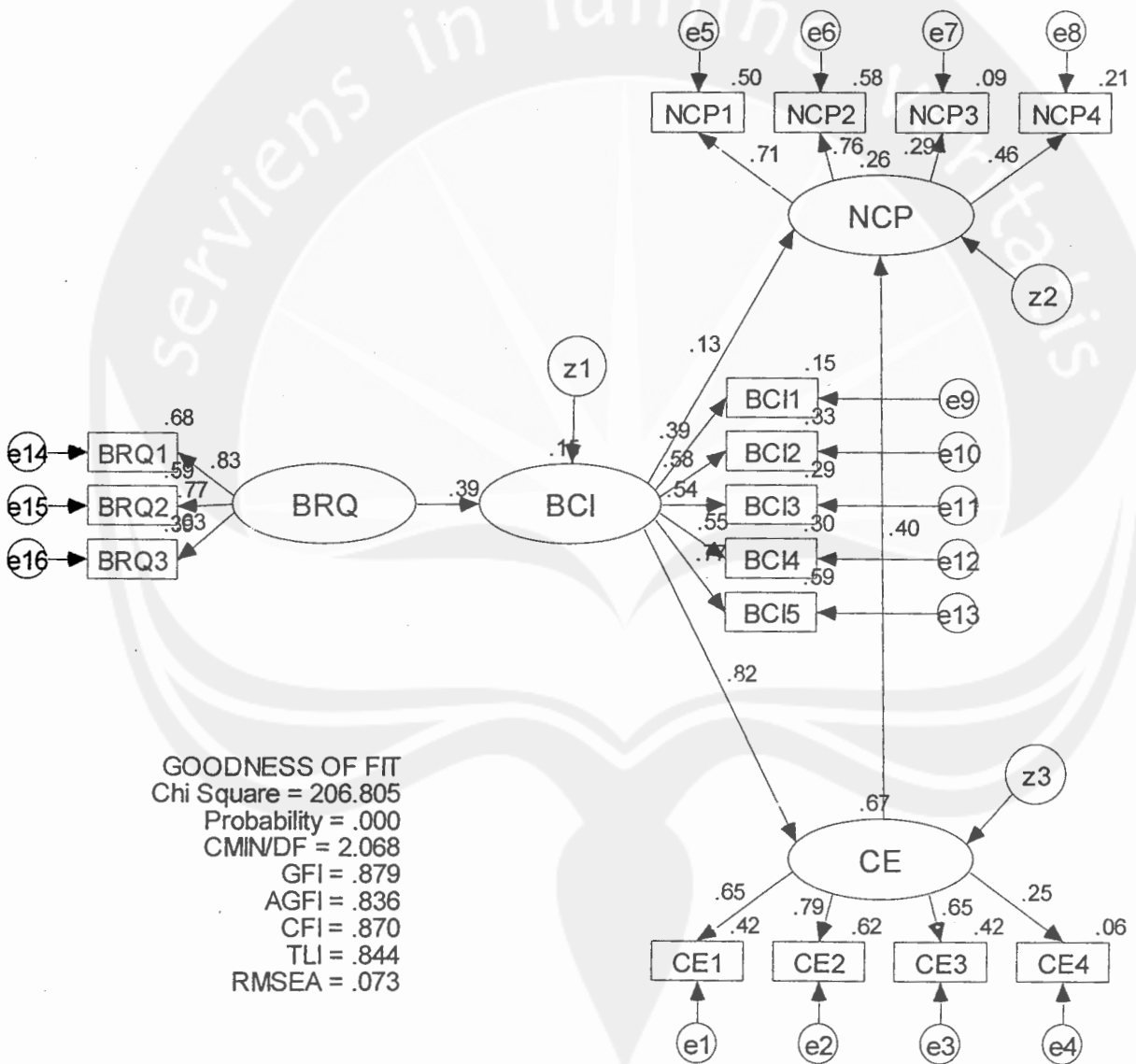
Pertanyaan																								
Res	RQ1	RQ2	RQ3	Ci1	Ci2	Ci3	Ci4	Ci5	CE1	CE2	CE3	CE4	NCP1	CP2	CP3	CP4	brq							
1	2	2	1	5	2	4	5	4	4	19	3	3	4	1	11	1	2	2	1	6	5	19	11	6
5	3	3	3	9	1	5	5	5	5	21	5	5	5	5	20	5	5	1	5	16	9	21	20	16
3	2	2	4	8	2	4	5	4	4	19	4	4	4	2	14	4	4	1	4	13	8	19	14	13
4	4	3	2	9	2	4	4	5	4	19	4	4	4	4	16	4	4	2	4	14	9	19	16	14
2	5	5	5	15	1	3	3	4	4	15	4	4	4	4	16	5	5	3	3	16	15	15	16	16
6	5	5	5	15	3	5	5	4	4	21	5	5	5	5	20	5	5	1	5	16	15	21	20	16
7	3	4	3	10	3	4	4	5	3	19	4	4	4	2	14	2	2	2	3	9	10	19	14	9
8	4	3	3	10	3	4	4	4	5	20	5	4	5	5	19	5	4	2	4	15	10	20	19	15
9	3	3	4	10	1	4	4	5	3	17	4	3	3	1	11	3	3	1	2	9	10	17	11	9
10	4	4	3	11	3	3	4	3	3	16	3	4	5	4	16	3	3	3	3	12	11	16	16	12
11	4	4	4	12	4	5	5	4	5	23	5	5	5	4	19	5	4	4	4	17	12	23	19	17
12	4	3	3	10	5	4	4	4	4	21	4	4	5	3	16	3	2	2	2	9	10	21	16	9
13	3	3	5	11	3	5	5	3	5	21	5	5	5	1	16	5	4	3	3	15	11	21	16	15
14	4	4	4	12	2	5	3	4	4	18	4	5	5	3	17	4	3	2	4	13	12	18	17	13
15	5	3	5	13	2	5	5	5	5	22	5	5	5	2	17	5	3	1	1	10	13	22	17	10
16	2	3	3	8	2	4	5	5	5	21	3	3	5	1	12	2	3	2	1	8	8	21	12	8
17	3	3	5	11	3	3	5	4	4	19	5	5	5	2	17	2	2	1	1	6	11	19	17	6
18	3	3	3	9	3	4	5	4	4	20	4	4	5	3	16	4	4	1	3	12	9	20	16	12
19	5	4	4	13	3	4	3	4	4	18	3	3	5	3	14	3	3	3	3	12	13	18	14	12
20	2	3	2	7	4	4	5	5	5	23	4	4	5	2	15	2	4	2	4	12	7	23	15	12
21	2	4	2	8	2	4	3	4	4	17	4	4	5	4	17	4	3	2	3	12	8	17	17	12
22	3	4	4	11	4	5	5	3	4	21	4	4	3	4	15	3	4	2	2	11	11	21	15	11
23	4	5	5	14	3	5	5	3	4	20	5	5	5	3	18	5	4	2	3	14	14	20	18	14
24	4	3	4	11	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	15	4	3	2	2	11	11	19	15	11
25	3	4	3	10	3	4	5	3	5	20	4	5	4	3	16	3	3	3	3	12	10	20	16	12
26	2	3	2	7	3	5	5	5	5	23	3	5	5	3	16	5	3	3	3	14	7	23	16	14
27	3	3	4	10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15	3	3	2	3	11	10	20	15	11
28	4	5	4	13	5	5	5	5	5	25	4	5	4	1	14	1	1	1	3	6	13	25	14	6
29	3	3	2	8	4	5	5	5	5	24	4	4	4	2	14	4	2	2	3	11	8	24	14	11
30	2	4	4	10	2	5	4	4	5	20	4	5	4	2	15	5	4	2	4	15	10	20	15	15
31	4	4	4	12	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	15	4	4	2	2	12	12	19	15	12
32	3	4	2	9	4	5	5	4	5	23	5	5	4	3	17	5	3	3	4	15	9	23	17	15
33	3	4	5	12	2	5	5	4	4	20	5	4	4	4	17	4	3	2	4	13	12	20	17	13
34	4	4	4	12	2	5	5	4	4	20	5	4	4	2	15	3	3	2	4	12	12	20	15	12
35	3	3	3	9	5	4	4	4	4	21	5	5	4	3	17	3	2	2	2	9	9	21	17	9
36	3	3	3	9	3	3	4	3	4	17	4	4	5	4	17	3	4	3	4	14	9	17	17	14
37	3	4	2	9	5	5	4	4	4	22	4	3	4	2	13	4	3	1	3	11	9	22	13	11
38	3	3	3	9	5	5	5	5	5	25	4	4	4	1	13	4	3	2	3	12	9	25	13	12
39	2	3	4	9	5	5	5	4	5	24	4	3	4	3	14	5	5	1	3	14	9	24	14	14
40	4	5	3	12	3	4	5	5	5	22	5	4	4	3	16	5	4	3	3	15	12	22	16	15
41	4	4	3	11	3	5	4	4	5	21	4	4	4	3	15	2	2	2	4	10	11	21	15	10
42	4	4	2	10	2	5	3	4	5	19	5	4	4	4	17	5	3	1	5	14	10	19	17	14
43	3	3	3	9	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	9	22	16	15
44	3	3	3	9	4	5	5	4	5	23	4	5	3	2	14	3	3	1	4	11	9	23	14	11
45	3	3	3	9	3	3	5	2	4	17	3	3	3	1	10	5	2	1	3	11	9	17	10	11
46	2	3	2	7	5	3	4	4	4	20	4	4	4	3	15	3	2	3	3	11	7	20	15	11
47	2	2	2	6	5	3	4	4	4	20	3	3	4	3	13	3	3	2	3	11	6	20	13	11
48	3	4	3	10	3	3	5	4	4	19	4	4	4	3	15	4	4	2	4	14	10	19	15	14
49	3	3	3	9	5	3	5	3	5	21	4	4	4	3	15	4	3	2	3	12	9	21	15	12
50	2	3	2	7	3	3	2	3	1	12	3	1	3	4	11	2	3	2	3	10	7	12	11	10
51	3	3	3	9	2	2	4	4	3	15	4	4	4	3	15	3	3	2	2	10	9	15	15	10
52	2	4	3	9	4	3	5	5	5	22	4	4	4	1	13	4	4	1	2	11	9	22	13	11
53	5	4	5	14	5	5	5	5	5	25	4	5	5	3	17	5	4	1	4	14	14	25	17	14

54	4	4	4	12	3	3	4	4	5	19	4	4	4	2	14	4	4	1	4	13	12	19	14	13
55	4	4	2	10	4	3	4	3	4	18	5	4	5	4	18	5	3	2	2	12	10	18	18	12
56	3	3	3	9	3	3	4	5	4	19	3	3	4	3	13	3	3	3	4	13	9	19	13	13
57	3	3	3	9	4	3	3	3	3	16	4	3	4	3	14	3	2	4	3	12	9	16	14	12
58	4	4	3	11	3	2	4	4	3	16	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13	11	16	13	13
59	4	4	3	11	3	2	5	4	4	18	4	4	4	2	14	2	3	2	4	11	11	18	14	11
60	3	3	3	9	3	2	3	2	3	13	4	4	3	3	14	4	3	3	3	13	9	13	14	13
61	5	4	4	13	4	3	4	3	3	17	3	4	3	3	13	4	3	4	4	15	13	17	13	15
62	3	3	3	9	3	3	4	4	3	17	3	3	4	3	13	4	3	2	3	12	9	17	13	12
63	4	4	1	9	5	3	4	4	5	21	5	5	4	2	16	4	4	4	1	13	9	21	16	13
64	1	3	3	7	3	5	4	4	5	21	4	3	5	4	16	5	5	5	4	19	7	21	16	19
65	4	3	4	11	4	3	4	5	4	20	3	4	5	1	13	4	4	3	4	15	11	20	13	15
66	4	4	4	12	4	4	4	4	3	19	4	4	5	4	17	3	2	2	2	9	12	19	17	9
67	4	4	4	12	3	3	3	3	3	15	3	3	5	4	15	4	4	4	4	16	12	15	15	16
68	2	3	2	7	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	7	20	12	16
69	2	3	3	8	3	2	3	4	4	16	3	4	5	3	15	3	2	1	4	10	8	16	15	10
70	4	4	3	11	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	17	4	3	2	3	12	11	20	17	12
71	3	3	3	9	3	3	3	4	4	17	3	3	3	3	12	2	2	2	3	9	9	17	12	9
72	2	4	2	8	4	4	5	3	4	20	3	3	3	4	13	5	3	3	4	15	8	20	13	15
73	4	5	4	13	4	5	3	4	4	20	4	4	5	3	16	4	4	3	4	15	13	20	16	15
74	4	4	1	9	1	5	3	4	5	18	3	4	5	3	15	5	4	2	1	12	9	18	15	12
75	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20	3	4	4	2	13	3	3	2	3	11	9	20	13	11
76	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	11	3	2	1	3	9	9	15	11	9
77	4	4	5	13	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	19	4	4	4	5	17	13	20	19	17
78	2	2	3	7	3	3	3	3	4	16	3	3	3	2	11	3	3	2	2	10	7	16	11	10
79	2	2	3	7	3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	11	3	3	2	2	10	7	15	11	10
80	4	3	3	10	2	3	4	4	4	17	4	4	4	2	14	4	4	2	3	13	10	17	14	13
81	2	2	2	6	2	2	4	3	3	14	4	4	3	3	14	3	2	1	4	10	6	14	14	10
82	3	3	3	9	3	4	4	4	3	18	3	3	4	3	13	4	3	3	4	14	9	18	13	14
83	3	3	3	9	1	4	4	3	3	15	3	4	3	3	13	4	3	3	1	11	9	15	13	11
84	3	3	3	9	4	3	3	4	4	18	4	4	3	3	14	2	3	3	3	11	9	18	14	11
85	4	3	3	10	3	5	5	5	3	21	3	2	2	2	9	3	3	2	1	9	10	21	9	9
86	4	3	3	10	3	4	5	5	4	21	4	3	2	1	10	3	5	4	2	14	10	21	10	14
87	2	2	1	5	1	5	4	4	3	17	3	4	3	2	12	4	2	1	3	10	5	17	12	10
88	3	3	3	9	1	4	5	5	3	18	4	3	3	1	11	3	3	1	3	10	9	18	11	10
89	3	3	3	9	1	5	5	5	3	19	3	4	3	3	13	4	3	3	1	11	9	19	13	11
90	2	1	1	4	3	4	4	5	3	19	3	3	2	1	9	4	3	1	4	12	4	19	9	12
91	4	3	4	11	4	5	4	4	3	20	5	4	4	4	17	4	3	3	4	14	11	20	17	14
92	3	3	3	9	5	4	5	4	5	23	4	4	4	3	15	2	3	1	2	8	9	23	15	8
93	4	4	4	12	3	4	3	4	3	17	3	4	4	2	13	2	2	2	2	8	12	17	13	8
94	3	2	2	7	1	4	4	4	3	16	3	3	4	3	13	2	3	3	4	12	7	16	13	12
95	4	3	4	11	4	4	4	3	3	18	3	3	4	3	13	4	5	4	3	16	11	18	13	16
96	3	2	2	7	3	3	4	3	3	16	3	3	3	4	13	3	3	4	4	14	7	16	13	14
97	3	4	3	10	4	3	5	3	3	18	4	3	3	3	13	4	4	2	3	13	10	18	13	13
98	2	2	3	7	5	4	5	4	3	21	3	4	4	4	15	4	3	2	3	12	7	21	15	12
99	4	4	4	12	3	5	5	5	5	23	4	5	4	4	17	5	5	2	4	16	12	23	17	16
100	5	4	3	12	3	4	5	4	5	21	4	4	5	1	14	3	3	2	3	11	12	21	14	11
101	3	3	3	9	3	5	5	5	5	23	4	4	4	4	16	4	3	2	3	12	9	23	16	12
102	1	3	2	6	2	2	3	2	3	12	3	2	3	11	4	4	4	4	4	16	6	12	11	16
103	4	4	4	12	4	4	5	4	5	22	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	12	22	17	16
104	5	4	4	13	4	4	4	3	5	20	2	3	4	4	13	3	3	3	4	13	13	20	13	13
105	3	4	3	10	3	4	3	3	3	16	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15	10	16	15	15
106	4	4	4	12	3	4	5	3	3	18	4	4	3	3	14	3	4	2	3	12	12	18	14	12
107	2	2	2	6	2	3	4	2	3	14	3	3	2	2	10	2	1	1	3	7	6	14	10	7
108	3	4	4	11	4	5	4	4	3	20	4	5	4	4	17	3	4	3	3	13	11	20	17	13

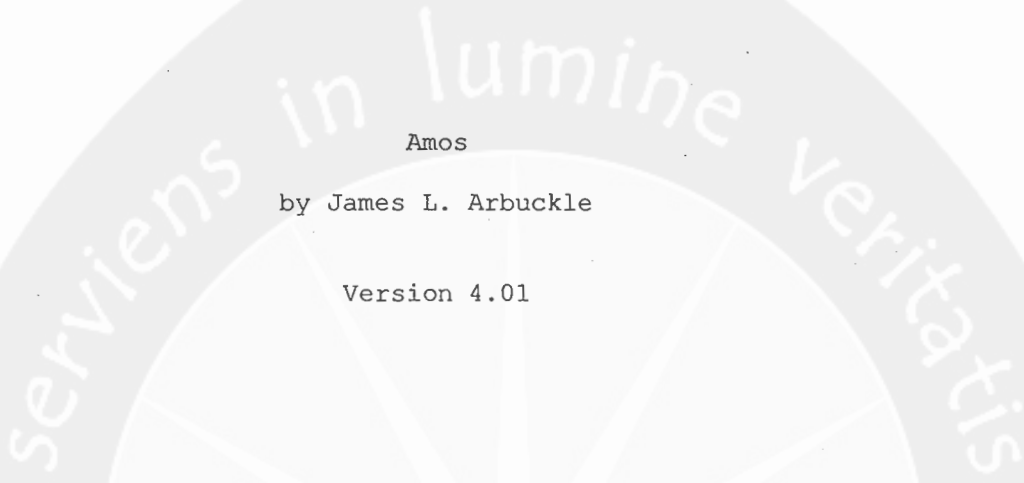
109	5	5	5	15	4	4	5	3	3	19	3	3	5	5	16	5	5	5	5	20	15	19	16	20
110	3	3	2	8	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	3	3	4	3	13	8	25	20	13
111	5	4	3	12	4	5	4	5	4	22	3	5	5	5	18	4	4	1	3	12	12	22	18	12
112	4	4	3	11	4	5	4	4	5	22	4	4	4	2	14	4	3	2	3	12	11	22	14	12
113	5	3	3	11	4	4	4	3	3	18	5	3	3	4	15	3	3	4	3	13	11	18	15	13
114	5	5	3	13	3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	12	2	2	3	3	10	13	14	12	10
115	2	2	3	7	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	7	21	16	14
116	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	12	4	3	2	3	12	9	20	12	12
117	4	4	3	11	4	4	4	3	4	19	4	4	3	3	14	5	5	5	5	20	11	19	14	20
118	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	13	4	2	2	3	11	12	20	13	11
119	3	2	2	7	5	4	5	4	5	23	5	5	4	4	18	3	3	3	3	12	7	23	18	12
120	3	3	3	9	5	4	3	4	4	20	5	4	4	3	16	4	4	2	2	12	9	20	16	12
121	4	2	4	10	4	5	5	5	5	24	4	4	4	2	14	4	4	2	4	14	10	24	14	14
122	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	15	25	20	16
123	5	4	4	13	3	4	3	3	4	17	4	3	3	4	14	4	3	4	4	15	13	17	14	15
124	3	5	4	12	4	5	5	4	5	23	4	4	5	5	18	5	5	3	4	17	12	23	18	17
125	3	3	3	9	3	5	5	5	4	22	5	4	4	3	16	5	4	5	4	18	9	22	16	18
126	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	12	20	15	16
127	4	4	3	11	4	4	4	4	5	21	4	4	4	1	13	4	2	1	3	10	11	21	13	10
128	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	12	20	15	16
129	3	3	3	9	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14	9	21	16	14
130	4	4	3	11	3	4	5	4	4	20	4	4	4	1	13	4	2	1	3	10	11	20	13	10
131	2	2	2	6	3	2	5	4	4	18	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15	6	18	15	15
132	2	3	2	7	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	15	3	2	2	2	9	7	15	15	9
133	3	3	3	9	1	3	4	3	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	9	14	12	12
134	3	3	3	9	3	4	4	3	4	18	4	4	4	3	15	3	3	3	2	11	9	18	15	11
135	3	3	3	9	3	4	4	3	4	18	4	4	4	3	15	3	3	3	2	11	9	18	15	11
136	4	4	3	11	2	4	4	4	4	18	4	4	5	2	15	4	4	3	4	15	11	18	15	15
137	3	3	3	9	2	4	5	4	5	20	4	4	4	4	16	4	3	2	4	13	9	20	16	13
138	2	3	2	7	3	4	2	2	3	14	4	4	4	1	13	2	2	3	4	11	7	14	13	11
139	3	2	3	8	4	4	3	4	5	20	3	4	4	4	15	4	3	2	3	12	8	20	15	12
140	3	4	3	10	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	10	19	15	16
141	4	4	3	11	3	4	3	3	3	16	4	3	4	4	15	2	3	4	4	13	11	16	15	13
142	2	2	2	6	3	4	3	4	4	18	2	2	3	4	11	3	2	2	2	9	6	18	11	9
143	3	3	3	9	5	5	3	5	4	22	3	4	4	3	14	4	2	1	4	11	9	22	14	11
144	3	3	3	9	5	5	5	5	5	25	4	4	5	4	17	5	4	1	3	13	9	25	17	13
145	3	3	3	9	2	3	3	4	4	16	4	3	4	3	14	4	2	2	4	12	9	16	14	12
146	3	3	3	9	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19	4	3	2	5	14	9	25	19	14
147	3	2	3	8	4	5	5	1	4	19	4	5	5	3	17	4	4	4	3	15	8	19	17	15
148	3	3	3	9	2	5	3	4	4	18	4	4	5	4	17	4	4	3	3	14	9	18	17	14
149	4	3	3	10	4	4	3	4	3	18	3	4	4	3	14	2	1	3	4	10	10	18	14	10
150	2	2	2	6	1	4	3	4	3	15	3	4	4	3	14	2	2	2	2	8	6	15	14	8
151	3	3	3	9	4	3	3	4	4	18	3	4	4	4	15	4	4	3	4	15	9	18	15	15
152	4	4	5	13	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	19	3	4	2	4	13	13	25	19	13
153	3	3	3	9	3	4	3	4	2	16	3	3	3	3	12	3	3	4	3	13	9	16	12	13
154	5	4	3	12	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	12	23	20	20
155	4	4	3	11	4	3	5	3	5	20	3	5	3	4	15	4	4	2	3	13	11	20	15	13
156	2	3	3	8	3	3	5	3	4	18	2	4	4	4	14	4	4	2	4	14	8	18	14	14
157	4	4	3	11	1	5	3	4	4	17	5	3	5	2	15	5	4	2	3	14	11	17	15	14
158	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25	4	5	5	4	18	4	4	5	5	18	12	25	18	18
159	3	4	4	11	5	3	3	4	4	19	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14	11	19	16	14
160	4	5	4	13	5	5	4	4	4	22	5	4	4	3	16	4	5	4	5	18	13	22	16	18
161	4	5	4	13	4	3	3	5	5	20	4	4	4	5	17	4	5	4	5	18	13	20	17	18
162	3	3	3	9	5	5	5	5	5	25	3	4	5	2	14	2	3	4	4	13	9	25	14	13
163	3	3	3	9	2	3	4	2	5	16	4	3	4	2	13	3	2	2	2	9	9	16	13	9

164	3	3	3	9	5	3	4	3	5	20	4	3	3	3	13	3	2	2	2	9	9	20	13	9
165	5	4	5	14	5	5	5	5	5	25	4	4	5	2	15	5	3	2	4	14	14	25	15	14
166	4	4	5	13	4	5	5	5	5	24	4	4	4	2	14	5	2	1	4	12	13	24	14	12
167	4	4	4	12	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	3	3	4	4	14	12	25	16	14
168	3	2	5	10	4	3	5	4	4	20	2	4	2	2	10	2	3	4	3	12	10	20	10	12
169	4	5	4	13	4	3	5	5	5	22	4	5	5	3	17	5	3	1	1	10	13	22	17	10
170	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	4	4	2	13	3	3	2	3	11	9	15	13	11
171	3	3	3	9	4	3	4	4	3	18	3	3	4	3	13	3	3	2	3	11	9	18	13	11
172	3	3	3	9	3	1	4	3	2	13	2	4	4	4	14	3	4	4	4	15	9	13	14	15
173	3	3	3	9	3	2	3	2	3	13	3	2	2	1	8	2	2	3	2	9	9	13	8	9
174	3	3	3	9	3	3	5	3	3	17	1	3	3	3	10	3	3	3	3	12	9	17	10	12
175	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	4	3	3	5	15	2	3	3	3	11	9	15	15	11
176	3	3	3	9	3	3	5	4	5	20	4	4	4	3	15	3	3	4	3	13	9	20	15	13
177	3	3	3	9	3	3	5	3	5	19	4	4	4	3	15	3	3	4	3	13	9	19	15	13
178	4	4	3	11	3	3	4	3	4	17	4	4	4	4	16	3	2	4	4	13	11	17	16	13
179	3	3	3	9	3	3	4	3	3	16	3	3	4	3	13	3	1	3	3	10	9	16	13	10
180	3	3	3	9	2	5	5	5	4	21	4	4	3	2	13	2	2	2	3	9	9	21	13	9
181	4	4	4	12	3	3	4	3	4	17	4	4	4	2	14	4	2	2	4	12	12	17	14	12
182	4	3	3	10	3	4	4	3	4	18	4	4	4	2	14	4	2	2	3	11	10	18	14	11
183	4	4	3	11	3	4	4	2	4	17	4	4	4	2	14	4	2	4	2	12	11	17	14	12
184	3	3	2	8	2	4	4	3	4	17	3	4	4	1	12	3	2	3	3	11	8	17	12	11
185	3	3	4	10	3	3	3	3	4	16	3	3	3	4	13	3	4	3	4	14	10	16	13	14
186	3	4	2	9	3	4	4	3	3	17	4	3	3	3	13	4	3	3	3	13	9	17	13	13
187	3	3	4	10	4	4	4	3	4	19	3	3	3	2	11	3	2	2	3	10	10	19	11	10
188	3	4	3	10	3	5	4	3	4	19	4	4	4	3	15	4	3	3	3	13	10	19	15	13
189	4	4	3	11	3	4	5	3	4	19	3	3	4	4	14	4	4	1	3	12	11	19	14	12
190	3	3	3	9	2	4	4	3	3	16	2	2	3	3	10	3	3	3	3	12	9	16	10	12
191	4	4	3	11	5	5	4	3	3	20	4	5	4	5	18	5	3	5	5	18	11	20	18	18
192	4	4	4	12	3	3	5	5	5	21	5	5	5	3	18	5	4	5	5	19	12	21	18	19
193	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	4	3	2	4	13	15	25	20	13
194	3	3	3	9	5	5	5	5	5	25	5	5	4	2	16	4	3	3	4	14	9	25	16	14
195	3	3	3	9	4	4	3	4	5	20	4	4	4	2	14	5	5	5	5	20	9	20	14	20
196	5	5	4	14	2	3	3	4	3	15	4	4	4	4	16	4	3	2	3	12	14	15	16	12
197	3	3	3	9	2	5	3	4	4	18	4	4	4	3	15	2	2	2	3	9	9	18	15	9
198	3	3	4	10	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	17	3	3	4	3	13	10	25	17	13
199	3	3	3	9	5	4	5	5	5	24	4	4	4	5	17	4	3	2	2	11	9	24	17	11
200	4	4	3	11	4	4	5	3	5	21	3	4	4	4	15	4	4	3	3	14	11	21	15	14

STRUCTURAL EQUATION MODEL PENGARUH SOSIAL BRAND COMMUNITY



GOODNESS OF FIT
 Chi Square = 206.805
 Probability = .000
 CMIN/DF = 2.068
 GFI = .879
 AGFI = .836
 CFI = .870
 TLI = .844
 RMSEA = .073



Amos

by James L. Arbuckle

Version 4.01

Copyright 1994-1999 SmallWaters Corporation
1507 E. 53rd Street - #452
Chicago, IL 60615 USA
773-667-8635
Fax: 773-955-6252
<http://www.smallwaters.com>

Title

Model penelitian: Wednesday, August 23, 2006 11:07 AM

Your model contains the following variables

CE4	observed	endogenous
CE3	observed	endogenous
CE2	observed	endogenous
CE1	observed	endogenous
NCP1	observed	endogenous

NCP2	observed	endogenous
NCP3	observed	endogenous
NCP4	observed	endogenous
BCI1	observed	endogenous
BCI2	observed	endogenous
BCI3	observed	endogenous
BCI4	observed	endogenous
BCI5	observed	endogenous
BRQ3	observed	endogenous
BRQ2	observed	endogenous
BRQ1	observed	endogenous
NCP	unobserved	endogenous
BCI	unobserved	endogenous
CE	unobserved	endogenous
e4	unobserved	exogenous
e3	unobserved	exogenous
e2	unobserved	exogenous
e1	unobserved	exogenous
z3	unobserved	exogenous
e5	unobserved	exogenous
e6	unobserved	exogenous
e7	unobserved	exogenous
e8	unobserved	exogenous
z2	unobserved	exogenous
BRQ	unobserved	exogenous
e9	unobserved	exogenous
e10	unobserved	exogenous
e11	unobserved	exogenous
e12	unobserved	exogenous
e13	unobserved	exogenous
e16	unobserved	exogenous
e15	unobserved	exogenous
e14	unobserved	exogenous
z1	unobserved	exogenous

Number of variables in your model:	39
Number of observed variables:	16
Number of unobserved variables:	23
Number of exogenous variables:	20
Number of endogenous variables:	19

Summary of Parameters

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed:	23	0	0	0	0	23
Labeled:	0	0	0	0	0	0
Unlabeled:	16	0	20	0	0	36
Total:	39	0	20	0	0	59

NOTE:

The model is recursive.

Assessment of normality

	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
BRQ1	1.000	5.000	0.047	0.270	-0.311	-0.897
BRQ2	1.000	5.000	0.057	0.330	-0.120	-0.346
BRQ3	1.000	5.000	0.125	0.721	0.244	0.705
BCI5	1.000	5.000	-0.417	-2.410	-0.340	-0.980
BCI4	1.000	5.000	-0.361	-2.086	-0.136	-0.393
BCI3	2.000	5.000	-0.384	-2.217	-0.992	-2.864
BCI2	1.000	5.000	-0.398	-2.300	-0.508	-1.466
BCI1	1.000	5.000	-0.271	-1.567	-0.488	-1.410
NCP4	1.000	5.000	-0.349	-2.014	0.017	0.050
NCP3	1.000	5.000	0.352	2.031	-0.696	-2.010
NCP2	1.000	5.000	0.040	0.233	-0.356	-1.029
NCP1	1.000	5.000	-0.320	-1.850	-0.464	-1.339
CE1	1.000	5.000	-0.273	-1.575	0.165	0.475
CE2	1.000	5.000	-0.362	-2.091	0.419	1.209
CE3	2.000	5.000	-0.441	-2.545	-0.049	-0.141
CE4	1.000	5.000	-0.129	-0.746	-0.558	-1.610
Multivariate					22.721	6.694

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
147	41.116	0.001	0.101
74	40.950	0.001	0.006
63	38.915	0.001	0.002
168	33.802	0.006	0.030
86	32.677	0.008	0.025
28	32.207	0.009	0.012
90	32.056	0.010	0.004
50	31.617	0.011	0.002
64	31.593	0.011	0.001
15	29.811	0.019	0.005
89	29.198	0.023	0.006
17	28.829	0.025	0.005
138	28.698	0.026	0.002
85	28.652	0.026	0.001
16	28.403	0.028	0.001
109	28.008	0.032	0.001
169	26.856	0.043	0.006
2	26.706	0.045	0.004
172	26.573	0.046	0.003
42	26.254	0.051	0.003
111	26.245	0.051	0.001
13	26.161	0.052	0.001
104	24.409	0.081	0.056
113	24.409	0.081	0.034
39	24.266	0.084	0.029

191	24.234	0.085	0.019
5	24.014	0.089	0.020
155	23.881	0.092	0.017
102	23.753	0.095	0.015
45	23.678	0.097	0.011
1	23.497	0.101	0.011
192	23.441	0.102	0.008
161	23.420	0.103	0.005
20	23.365	0.104	0.003
72	23.235	0.108	0.003
30	22.505	0.128	0.021
65	22.410	0.130	0.018
87	22.203	0.137	0.022
157	22.175	0.138	0.015
195	22.174	0.138	0.009
52	22.067	0.141	0.008
6	21.615	0.156	0.026
69	21.230	0.170	0.057
26	20.976	0.179	0.083
55	20.913	0.182	0.071
162	20.749	0.188	0.081
142	20.657	0.192	0.076
163	20.376	0.204	0.119
22	19.943	0.223	0.249
81	19.815	0.229	0.260
166	19.615	0.238	0.312
33	19.575	0.240	0.278
59	19.233	0.257	0.422
143	19.156	0.261	0.408
83	19.066	0.265	0.403
114	18.914	0.273	0.440
174	18.871	0.275	0.407
125	18.635	0.288	0.503
37	18.497	0.296	0.534
110	18.146	0.315	0.705
156	17.991	0.324	0.745
160	17.924	0.328	0.733
131	17.867	0.332	0.716
94	17.853	0.333	0.672
88	17.706	0.341	0.712
9	17.642	0.345	0.700
108	17.606	0.347	0.669
100	17.491	0.355	0.691
98	17.438	0.358	0.672
23	17.315	0.366	0.700
107	17.264	0.369	0.681
154	17.177	0.374	0.686
120	17.101	0.379	0.684
121	17.070	0.381	0.652
119	16.972	0.387	0.666
183	16.860	0.395	0.689
152	16.855	0.395	0.640
139	16.829	0.397	0.604
165	16.723	0.404	0.625
44	16.644	0.409	0.628

95	16.593	0.412	0.610
3	16.584	0.413	0.561
189	16.573	0.414	0.513
173	16.554	0.415	0.470
164	16.354	0.429	0.567
124	16.269	0.434	0.576
149	16.024	0.451	0.702
123	16.008	0.452	0.663
198	15.943	0.457	0.658
117	15.918	0.459	0.624
150	15.906	0.460	0.579
40	15.791	0.468	0.612
21	15.737	0.471	0.600
8	15.695	0.474	0.577
97	15.657	0.477	0.552
41	14.737	0.544	0.970
19	14.583	0.555	0.981
199	14.494	0.562	0.983
61	14.486	0.563	0.977
53	14.471	0.564	0.970

Sample size: 200

Eigenvalues of Sample Covariances

2.086e-001	2.188e-001	2.636e-001	2.783e-001	3.393e-001	3.669e-001
4.409e-001	5.070e-001	5.659e-001	6.297e-001	6.686e-001	8.152e-001
1.056e+000	1.182e+000	1.857e+000	3.375e+000		

Condition number of Sample Covariances = 1.617838e+001

Sample Correlations

	BRQ1	BRQ2	BRQ3	BCI5	BCI4	BCI3	BCI2
BRQ1	1.000						
BRQ2	0.640	1.000					
BRQ3	0.522	0.462	1.000				
BCI5	0.135	0.177	0.168	1.000			
BCI4	0.123	0.079	0.151	0.422	1.000		
BCI3	0.068	0.045	0.199	0.465	0.328	1.000	
BCI2	0.180	0.177	0.187	0.401	0.425	0.303	1.000
BCI1	0.147	0.141	0.185	0.336	0.176	0.217	0.167
NCP4	0.167	0.219	0.201	0.134	0.083	0.020	0.146
NCP3	0.113	0.112	0.038	-0.082	-0.182	-0.097	-0.052
NCP2	0.164	0.270	0.263	0.227	0.152	0.175	0.161
NCP1	0.214	0.302	0.199	0.342	0.127	0.190	0.293
CE1	0.260	0.309	0.228	0.415	0.249	0.229	0.365

CE2	0.239	0.270	0.256	0.514	0.302	0.376	0.355
CE3	0.279	0.335	0.252	0.424	0.305	0.155	0.307
CE4	0.185	0.235	0.158	0.037	0.011	-0.046	0.098

	BCI1	NCP4	NCP3	NCP2	NCP1	CE1	CE2
BCI1	1.000						
NCP4	0.164	1.000					
NCP3	0.168	0.310	1.000				
NCP2	0.095	0.337	0.320	1.000			
NCP1	0.091	0.294	0.071	0.546	1.000		
CE1	0.165	0.140	0.005	0.220	0.317	1.000	
CE2	0.247	0.187	0.006	0.193	0.302	0.529	1.000
CE3	0.168	0.177	0.012	0.240	0.324	0.381	0.512
CE4	0.232	0.329	0.301	0.344	0.247	0.122	0.168

	CE3	CE4
CE3	1.000	
CE4	0.252	1.000

Eigenvalues of Sample Correlations

2.939e-001	3.554e-001	3.685e-001	3.884e-001	5.027e-001	5.434e-001
6.075e-001	6.403e-001	6.633e-001	7.263e-001	8.359e-001	9.458e-001
1.081e+000	1.434e+000	2.085e+000	4.529e+000		

Condition number of Sample Correlations = 1.540975e+001

Determinant of sample covariance matrix = 1.4159e+004

Model: Default model

Computation of degrees of freedom

Number of distinct sample moments: 136
 Number of distinct parameters to be estimated: 36

 Degrees of freedom: 100

0e	8	0.0e+000	-2.9720e-001	1.00e+004	1.01351364944e+003	0	1.00e+004
1e	4	0.0e+000	-1.2519e-001	2.85e+000	5.62256784651e+002	21	4.03e-001
2e*	0	8.3e+001	0.0000e+000	1.40e+000	3.00591025271e+002	4	8.03e-001
3e	0	2.1e+002	0.0000e+000	6.82e-001	2.48381800744e+002	2	0.00e+000
4e	0	6.6e+002	0.0000e+000	8.12e-001	2.20950376076e+002	1	1.20e+000
5e	0	2.0e+003	0.0000e+000	6.84e-001	2.11634985071e+002	1	1.23e+000
6e	0	4.4e+003	0.0000e+000	6.40e-001	2.08388068784e+002	1	1.23e+000
7e	0	1.2e+004	0.0000e+000	5.24e-001	2.07277346298e+002	1	1.22e+000
8e	0	3.0e+004	0.0000e+000	3.80e-001	2.06915408361e+002	1	1.23e+000
9e	0	5.5e+004	0.0000e+000	2.84e-001	2.06821108171e+002	1	1.18e+000
10e	0	7.9e+004	0.0000e+000	1.23e-001	2.06806111595e+002	1	1.12e+000

11e	0	8.7e+004	0.0000e+000	3.50e-002	2.06805444557e+002	1	1.03e+000
12e	0	8.8e+004	0.0000e+000	1.81e-003	2.06805442425e+002	1	1.00e+000
13e	C	9.0e+004	0.0000e+000	7.10e-006	2.06805442425e+002	1	9.96e-001

Minimum was achieved

Chi-square = 206.805
 Degrees of freedom = 100
 Probability level = 0.000

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights:

	Estimate	S.E.	C.R.	Label
BCI <----- BRQ	0.305	0.091	3.333	
CE <----- BCI	0.526	0.192	2.741	
NCP <----- BCI	0.198	0.343	0.577	
NCP <----- CE	0.968	0.609	1.589	
CE4 <----- CE	1.000			
CE3 <----- CE	1.797	0.570	3.149	
CE2 <----- CE	2.127	0.662	3.215	
CE1 <----- CE	1.804	0.573	3.150	
NCP1 <----- NCP	1.000			
NCP2 <----- NCP	1.042	0.155	6.740	
NCP3 <----- NCP	0.482	0.138	3.481	
NCP4 <----- NCP	0.648	0.123	5.265	
BCI1 <----- BCI	1.000			
BCI2 <----- BCI	1.212	0.269	4.501	
BCI3 <----- BCI	1.012	0.231	4.388	
BCI4 <----- BCI	1.066	0.242	4.413	
BCI5 <----- BCI	1.498	0.306	4.891	
BRQ3 <----- BRQ	1.000			
BRQ2 <----- BRQ	1.112	0.141	7.896	
BRQ1 <----- BRQ	1.318	0.168	7.861	

Standardized Regression Weights:

	Estimate
BCI <----- BRQ	0.390
CE <----- BCI	0.818
NCP <----- BCI	0.126
NCP <----- CE	0.398
CE4 <----- CE	0.252
CE3 <----- CE	0.647
CE2 <----- CE	0.787
CE1 <----- CE	0.648

NCP1	<-----	NCP	0.709
NCP2	<-----	NCP	0.764
NCP3	<-----	NCP	0.292
NCP4	<-----	NCP	0.458
BCI1	<-----	BCI	0.387
BCI2	<-----	BCI	0.575
BCI3	<-----	BCI	0.539
BCI4	<-----	BCI	0.547
BCI5	<-----	BCI	0.768
BRQ3	<-----	BRQ	0.628
BRQ2	<-----	BRQ	0.768
BRQ1	<-----	BRQ	0.826

Variiances:

	Estimate	S.E.	C.R.	Label
	-----	-----	-----	-----
BRQ	0.295	0.066	4.434	
z1	0.153	0.060	2.531	
z3	0.025	0.016	1.522	
z2	0.328	0.075	4.351	
e4	1.096	0.112	9.818	
e3	0.334	0.040	8.250	
e2	0.207	0.034	6.003	
e1	0.335	0.041	8.240	
e5	0.437	0.072	6.041	
e6	0.341	0.070	4.843	
e7	1.100	0.114	9.667	
e8	0.697	0.077	9.074	
e9	1.025	0.107	9.554	
e10	0.535	0.061	8.769	
e11	0.450	0.050	8.981	
e12	0.479	0.054	8.939	
e13	0.280	0.044	6.400	
e16	0.452	0.054	8.365	
e15	0.254	0.043	5.904	
e14	0.239	0.054	4.438	

Squared Multiple Correlations:

	Estimate

BCI	0.152
CE	0.670
NCP	0.256
BRQ1	0.682
BRQ2	0.590
BRQ3	0.395
BCI5	0.590
BCI4	0.299
BCI3	0.291
BCI2	0.331
BCI1	0.149
NCP4	0.210
NCP3	0.085
NCP2	0.584

NCP1	0.502
CE1	0.420
CE2	0.620
CE3	0.419
CE4	0.064

Total Effects

	BRQ	BCI	CE	NCP
BCI	0.305	0.000	0.000	0.000
CE	0.160	0.526	0.000	0.000
NCP	0.215	0.707	0.968	0.000
BRQ1	1.318	0.000	0.000	0.000
BRQ2	1.112	0.000	0.000	0.000
BRQ3	1.000	0.000	0.000	0.000
BCI5	0.456	1.498	0.000	0.000
BCI4	0.325	1.066	0.000	0.000
BCI3	0.308	1.012	0.000	0.000
BCI2	0.369	1.212	0.000	0.000
BCI1	0.305	1.000	0.000	0.000
NCP4	0.140	0.458	0.627	0.648
NCP3	0.104	0.341	0.466	0.482
NCP2	0.224	0.737	1.009	1.042
NCP1	0.215	0.707	0.968	1.000
CE1	0.289	0.949	1.804	0.000
CE2	0.341	1.119	2.127	0.000
CE3	0.288	0.946	1.797	0.000
CE4	0.160	0.526	1.000	0.000

Standardized Total Effects

	BRQ	BCI	CE	NCP
BCI	0.390	0.000	0.000	0.000
CE	0.319	0.818	0.000	0.000
NCP	0.176	0.452	0.398	0.000
BRQ1	0.826	0.000	0.000	0.000
BRQ2	0.768	0.000	0.000	0.000
BRQ3	0.628	0.000	0.000	0.000
BCI5	0.299	0.768	0.000	0.000
BCI4	0.213	0.547	0.000	0.000
BCI3	0.210	0.539	0.000	0.000
BCI2	0.224	0.575	0.000	0.000
BCI1	0.151	0.387	0.000	0.000
NCP4	0.081	0.207	0.182	0.458
NCP3	0.051	0.132	0.116	0.292
NCP2	0.135	0.345	0.304	0.764
NCP1	0.125	0.320	0.282	0.709
CE1	0.207	0.530	0.648	0.000
CE2	0.251	0.644	0.787	0.000
CE3	0.206	0.529	0.647	0.000
CE4	0.080	0.206	0.252	0.000

Direct Effects

	BRQ	BCI	CE	NCP
CI	0.305	0.000	0.000	0.000
E	0.000	0.526	0.000	0.000
CP	0.000	0.198	0.968	0.000
RQ1	1.318	0.000	0.000	0.000
RQ2	1.112	0.000	0.000	0.000
RQ3	1.000	0.000	0.000	0.000
CI5	0.000	1.498	0.000	0.000
CI4	0.000	1.066	0.000	0.000
CI3	0.000	1.012	0.000	0.000
CI2	0.000	1.212	0.000	0.000
CI1	0.000	1.000	0.000	0.000
CP4	0.000	0.000	0.000	0.648
CP3	0.000	0.000	0.000	0.482
CP2	0.000	0.000	0.000	1.042
CP1	0.000	0.000	0.000	1.000
E1	0.000	0.000	1.804	0.000
E2	0.000	0.000	2.127	0.000
E3	0.000	0.000	1.797	0.000
E4	0.000	0.000	1.000	0.000

Standardized Direct Effects

	BRQ	BCI	CE	NCP
CI	0.390	0.000	0.000	0.000
E	0.000	0.818	0.000	0.000
CP	0.000	0.126	0.398	0.000
RQ1	0.826	0.000	0.000	0.000
RQ2	0.768	0.000	0.000	0.000
RQ3	0.628	0.000	0.000	0.000
CI5	0.000	0.768	0.000	0.000
CI4	0.000	0.547	0.000	0.000
CI3	0.000	0.539	0.000	0.000
CI2	0.000	0.575	0.000	0.000
CI1	0.000	0.387	0.000	0.000
CP4	0.000	0.000	0.000	0.458
CP3	0.000	0.000	0.000	0.292
CP2	0.000	0.000	0.000	0.764
CP1	0.000	0.000	0.000	0.709
E1	0.000	0.000	0.648	0.000
E2	0.000	0.000	0.787	0.000
E3	0.000	0.000	0.647	0.000
E4	0.000	0.000	0.252	0.000

Indirect Effects

	BRQ	BCI	CE	NCP
BCI	0.000	0.000	0.000	0.000
CE	0.160	0.000	0.000	0.000
NCP	0.215	0.509	0.000	0.000
BRQ1	0.000	0.000	0.000	0.000
BRQ2	0.000	0.000	0.000	0.000
BRQ3	0.000	0.000	0.000	0.000
BCI5	0.456	0.000	0.000	0.000
BCI4	0.325	0.000	0.000	0.000
BCI3	0.308	0.000	0.000	0.000
BCI2	0.369	0.000	0.000	0.000
BCI1	0.305	0.000	0.000	0.000
NCP4	0.140	0.458	0.627	0.000
NCP3	0.104	0.341	0.466	0.000
NCP2	0.224	0.737	1.009	0.000
NCP1	0.215	0.707	0.968	0.000
CE1	0.289	0.949	0.000	0.000
CE2	0.341	1.119	0.000	0.000
CE3	0.288	0.946	0.000	0.000
CE4	0.160	0.526	0.000	0.000

Standardized Indirect Effects

	BRQ	BCI	CE	NCP
BCI	0.000	0.000	0.000	0.000
CE	0.319	0.000	0.000	0.000
NCP	0.176	0.326	0.000	0.000
BRQ1	0.000	0.000	0.000	0.000
BRQ2	0.000	0.000	0.000	0.000
BRQ3	0.000	0.000	0.000	0.000
BCI5	0.299	0.000	0.000	0.000
BCI4	0.213	0.000	0.000	0.000
BCI3	0.210	0.000	0.000	0.000
BCI2	0.224	0.000	0.000	0.000
BCI1	0.151	0.000	0.000	0.000
NCP4	0.081	0.207	0.182	0.000
NCP3	0.051	0.132	0.116	0.000
NCP2	0.135	0.345	0.304	0.000
NCP1	0.125	0.320	0.282	0.000
CE1	0.207	0.530	0.000	0.000
CE2	0.251	0.644	0.000	0.000
CE3	0.206	0.529	0.000	0.000
CE4	0.080	0.206	0.000	0.000

Modification Indices

Covariances:

	M.I.	Par Change
z3 <-----> BRQ	11.738	0.036
z2 <-----> BRQ	5.573	0.072
e15 <-----> z3	7.503	0.028
e15 <-----> z2	5.394	0.069
e13 <-----> BRQ	4.759	-0.058
e10 <-----> e12	6.138	0.097
e7 <-----> z1	9.067	-0.102
e7 <-----> e12	7.739	-0.151
e7 <-----> e9	8.920	0.231
e7 <-----> e8	9.389	0.199
e6 <-----> e7	7.660	0.150
e5 <-----> e7	10.856	-0.188
e3 <-----> e11	7.201	-0.082
e4 <-----> z2	23.029	0.255
e4 <-----> e13	5.655	-0.111
e4 <-----> e11	5.126	-0.118
e4 <-----> e9	7.694	0.213
e4 <-----> e8	7.925	0.182
e4 <-----> e7	12.536	0.281
e4 <-----> e6	6.294	0.135

Variances:

M.I. Par Change

Regression Weights:

	M.I.	Par Change
CE <-----> BRQ	11.738	0.121
NCP <-----> BRQ	5.573	0.243
BRQ2 <-----> NCP	5.978	0.177
BRQ2 <-----> NCP2	4.081	0.093
BRQ2 <-----> NCP1	5.056	0.100
BRQ3 <-----> BCI3	4.991	0.143
BRQ3 <-----> NCP2	4.265	0.116
BCI5 <-----> BRQ	4.759	-0.197
BCI5 <-----> BRQ1	5.075	-0.115
BCI5 <-----> CE4	5.078	-0.092
BCI4 <-----> NCP3	8.657	-0.137
BCI3 <-----> BRQ2	4.450	-0.133
BCI3 <-----> CE3	5.162	-0.148
BCI3 <-----> CE4	5.383	-0.106
BCI1 <-----> NCP3	7.742	0.185
BCI1 <-----> CE4	6.937	0.178
NCP4 <-----> NCP3	8.407	0.162
NCP4 <-----> CE4	7.752	0.158
NCP3 <-----> BCI	6.965	-0.521
NCP3 <-----> BCI5	7.470	-0.249
NCP3 <-----> BCI4	12.449	-0.321

NCP3 <----- BCI3	5.676	-0.225
NCP3 <----- NCP4	6.944	0.211
NCP3 <----- NCP1	4.089	-0.162
NCP3 <----- CE4	8.843	0.207
NCP2 <----- NCP3	6.932	0.123
NCP2 <----- CE4	4.455	0.100

NCP1 <----- BCI	4.064	0.286
NCP1 <----- BCI5	4.948	0.145
NCP1 <----- BCI2	5.132	0.137
NCP1 <----- NCP3	9.779	-0.154
CE2 <----- NCP2	4.086	-0.086
CE3 <----- BRQ2	4.484	0.119
CE3 <----- BCI3	4.733	-0.120
CE4 <----- NCP	14.036	0.486
CE4 <----- BRQ2	4.558	0.203
CE4 <----- BCI3	4.772	-0.205
CE4 <----- BCI1	5.110	0.154
CE4 <----- NCP4	15.272	0.311
CE4 <----- NCP3	18.454	0.293
CE4 <----- NCP2	14.377	0.313
CE4 <----- NCP1	4.124	0.162

Summary of models

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	36	206.805	100	0.000	2.068
Saturated model	136	0.000	0		
Independence model	16	940.654	120	0.000	7.839

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	0.080	0.879	0.836	0.647
Saturated model	0.000	1.000		
Independence model	0.184	0.493	0.425	0.435

Model	DELTA1 NFI	RHO1 RFI	DELTA2 IFI	RHO2 TLI	CFI
Default model	0.780	0.736	0.873	0.844	0.870
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	0.833	0.650	0.725
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	1.000	0.000	0.000

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	106.805	69.441	151.938
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	820.654	726.722	922.048

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	1.039	0.537	0.349	0.764
Saturated model	0.000	0.000	0.000	0.000
Independence model	4.727	4.124	3.652	4.633

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	0.073	0.059	0.087	0.004
Independence model	0.185	0.174	0.196	0.000

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	278.805	285.531	497.358	433.545
Saturated model	272.000	297.407	1097.643	856.571
Independence model	972.654	975.643	1069.789	1041.427

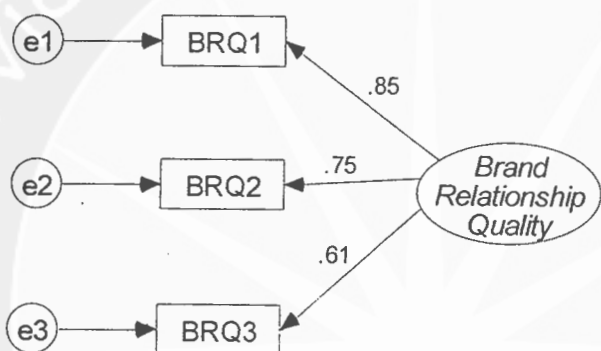
Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	1.401	1.213	1.628	1.435
Saturated model	1.367	1.367	1.367	1.495
Independence model	4.888	4.416	5.397	4.903

Model	HOELTER	HOELTER
	.05	.01
Default model	120	131
Independence model	32	34

Execution time summary:

Minimization: 0.047
 Miscellaneous: 0.172
 Bootstrap: 0.000
 Total: 0.219

PENGUKURAN MODEL
BRAND RELATIONSHIP QUALITY



GOODNESS OF FIT
Chi-Square=.000
Probability= φ
CMIN/DF= \backslash cmindf
GFI=1.000
AGFI= \backslash agfi
TLI= \backslash tli
CFI= \backslash cfi
RMSEA= \backslash rmsea

Brand Relationship Quality
Wednesday, August 23, 2006 11:31:02

Amos

by James L. Arbuckle

Version 4.01

Copyright 1994-1999 SmallWaters Corporation
1507 E. 53rd Street - #452
Chicago, IL 60615 USA
773-667-8635
Fax: 773-955-6252
<http://www.smallwaters.com>

file

Brand relationship quality: Wednesday, August 23, 2006 11:31 AM

our model contains the following variables

BRQ3	observed	endogenous
BRQ2	observed	endogenous
BRQ1	observed	endogenous
Brand_Relationship_Quality	unobserved	exogenous

```

e3      unobserved exogenous
e2      unobserved exogenous
e1      unobserved exogenous

```

```

Number of variables in your model: 7
Number of observed variables:      3
Number of unobserved variables:    4
Number of exogenous variables:     4
Number of endogenous variables:    3

```

Summary of Parameters

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed:	4	0	0	0	0	4
Labeled:	0	0	0	0	0	0
Unlabeled:	2	0	4	0	0	6
Total:	6	0	4	0	0	10

NOTE:
The model is recursive.

Sample size: 200

Model: Default model

Computation of degrees of freedom

```

Number of distinct sample moments: 6
Number of distinct parameters to be estimated: 6
-----
Degrees of freedom: 0

```

0e	2	0.0e+000	-2.3129e-001	1.00e+004	1.94769667394e+002	0	1.00e+004
1e	1	0.0e+000	-1.5623e-002	1.07e+000	6.15590070436e+001	20	6.87e-001
2e	0	1.5e+001	0.0000e+000	6.51e-001	1.93356853695e+001	5	7.42e-001
3e	0	1.5e+001	0.0000e+000	4.84e-001	4.38374987552e+000	1	1.04e+000
4e	0	2.3e+001	0.0000e+000	1.80e-001	3.54626289397e-001	1	1.12e+000
5e	0	3.0e+001	0.0000e+000	1.04e-001	1.02158687863e-002	1	1.09e+000
6e	0	3.2e+001	0.0000e+000	1.89e-002	1.36720410420e-005	1	1.02e+000
7e	0	3.2e+001	0.0000e+000	8.28e-004	2.97835089924e-011	1	1.00e+000

Minimum was achieved

chi-square = 0.000
 degrees of freedom = 0
 probability level cannot be computed

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights:	Estimate	S.E.	C.R.	Label
Q3 <--- Brand_Relationship_Quality	1.000			
Q2 <--- Brand_Relationship_Quality	1.117	0.145	7.710	
Q1 <--- Brand_Relationship_Quality	1.390	0.187	7.439	

Standardized Regression Weights:	Estimate
Q3 <--- Brand_Relationship_Quality	0.613
Q2 <--- Brand_Relationship_Quality	0.753
Q1 <--- Brand_Relationship_Quality	0.850

Variances:	Estimate	S.E.	C.R.	Label
Brand_Relationship_Quality	0.281	0.066	4.288	
e3	0.466	0.055	8.434	
e2	0.267	0.046	5.872	
e1	0.208	0.061	3.432	

Summary of models

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	6	0.000	0		
Saturated model	6	0.000	0		
Independence model	3	175.981	3	0.000	58.660

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	0.000	1.000		
Saturated model	0.000	1.000		
Independence model	0.271	0.626	0.252	0.313

Model	DELTA1 NFI	RHO1 RFI	DELTA2 IFI	RHO2 TLI	CFI
-------	---------------	-------------	---------------	-------------	-----

Default model	1.000		1.000		1.000
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	0.000	0.000	0.000
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	1.000	0.000	0.000

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	0.000	0.000	0.000
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	172.981	133.171	220.206

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	0.000	0.000	0.000	0.000
Saturated model	0.000	0.000	0.000	0.000
Independence model	0.884	0.869	0.669	1.107

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Independence model	0.538	0.472	0.607	0.000

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	12.000	12.246	38.382	37.790
Saturated model	12.000	12.246	38.382	37.790
Independence model	181.981	182.104	195.172	194.876

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	0.060	0.060	0.060	0.062
Saturated model	0.060	0.060	0.060	0.062
Independence model	0.914	0.714	1.152	0.915

Model	HOELTER	HOELTER
-----	-----	-----
Default model	.05	.01
Independence model	9	13

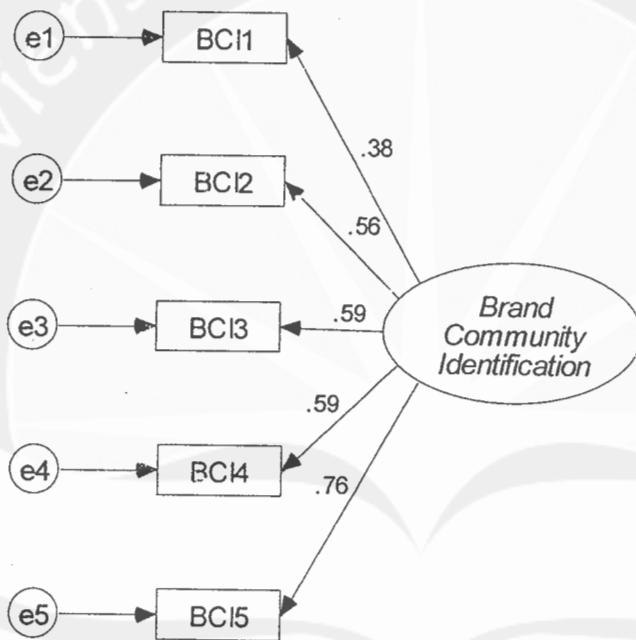
Execution time summary:

Minimization: 0.015
Miscellaneous: 0.266
Bootstrap: 0.000
Total: 0.281

servient in lumine veritatis



PENGUKURAN MODEL
BRAND COMMUNITY IDENTIFICATION



GOODNESS OF FIT
Chi-Square=7.903
Probability=.162
CMIN/DF=1.581
GFI=.984
AGFI=.951
TLI=.965
CFI=.982
RMSEA=.054

Brand community identification
Wednesday, August 23, 2006 11:24:49

Amos

by James L. Arbuckle

Version 4.01

Copyright 1994-1999 SmallWaters Corporation
1507 E. 53rd Street - #452
Chicago, IL 60615 USA
773-667-8635
Fax: 773-955-6252
<http://www.smallwaters.com>

Title

Brand community identification: Wednesday, August 23, 2006 11:24 AM

Your model contains the following variables

BCI3	observed	endogenous
BCI2	observed	endogenous
BCI1	observed	endogenous
BCI4	observed	endogenous
BCI5	observed	endogenous

```

Brand_Community_Identification unobserved exogenous
e3 unobserved exogenous
e2 unobserved exogenous
e1 unobserved exogenous
e4 unobserved exogenous
e5 unobserved exogenous

```

```

Number of variables in your model: 11
Number of observed variables: 5
Number of unobserved variables: 6
Number of exogenous variables: 6
Number of endogenous variables: 5

```

Summary of Parameters

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed:	6	0	0	0	0	6
Labeled:	0	0	0	0	0	0
Unlabeled:	4	0	6	0	0	10
Total:	10	0	6	0	0	16

NOTE:

The model is recursive.

Sample size: 200

Model: Default model

Computation of degrees of freedom

```

Number of distinct sample moments: 15
Number of distinct parameters to be estimated: 10
-----
Degrees of freedom: 5

```

0e	2	0.0e+000	-2.2069e-001	1.00e+004	1.80434856370e+002	0	1.00e+004
1e	0	5.4e+001	0.0000e+000	1.26e+000	3.32169865507e+001	20	5.62e-001
2e	0	1.5e+001	0.0000e+000	7.83e-001	1.39661439830e+001	4	0.00e+000
3e	0	1.3e+001	0.0000e+000	2.08e-001	8.42126139614e+000	1	8.91e-001
4e	0	1.1e+001	0.0000e+000	9.28e-002	7.90737464409e+000	1	1.04e+000
5e	0	1.1e+001	0.0000e+000	5.15e-003	7.90326314769e+000	1	1.01e+000
6e	0	1.1e+001	0.0000e+000	1.10e-004	7.90326262573e+000	1	1.00e+000

Minimum was achieved

Chi-square = 7.903
 Degrees of freedom = 5
 Probability level = 0.162

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights:	Estimate	S.E.	C.R.	Label
BCI3 <- Brand_Community_Identificati	0.744	0.115	6.447	
BCI2 <- Brand_Community_Identificati	0.800	0.128	6.251	
BCI1 <- Brand_Community_Identificati	0.666	0.149	4.482	
BCI4 <- Brand_Community_Identificati	0.776	0.120	6.464	
BCI5 <- Brand_Community_Identificati	1.000			

Standardized Regression Weights:	Estimate
BCI3 <- Brand_Community_Identificati	0.586
BCI2 <- Brand_Community_Identificati	0.561
BCI1 <- Brand_Community_Identificati	0.380
BCI4 <- Brand_Community_Identificati	0.588
BCI5 <- Brand_Community_Identificati	0.758

Variances:	Estimate	S.E.	C.R.	Label
Brand_Community_Identification	0.393	0.077	5.073	
e3	0.416	0.051	8.135	
e2	0.548	0.065	8.372	
e1	1.031	0.110	9.407	
e4	0.447	0.055	8.111	
e5	0.292	0.055	5.329	

Summary of models

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	10	7.903	5	0.162	1.581
Saturated model	15	0.000	0		
Independence model	5	174.859	10	0.000	17.486

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
-------	-----	-----	------	------

Model	DELTA1	RHO1	DELTA2	RHO2
Default model	0.028	0.984	0.951	0.328
Saturated model	0.000	1.000		
Independence model	0.206	0.684	0.526	0.456

Model	DELTA1 NFI	RHO1 RFI	DELTA2 IFI	RHO2 TLI	CFI
Default model	0.955	0.910	0.983	0.965	0.982
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	0.500	0.477	0.491
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	1.000	0.000	0.000

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	2.903	0.000	14.741
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	164.859	125.641	211.516

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	0.040	0.015	0.000	0.074
Saturated model	0.000	0.000	0.000	0.000
Independence model	0.879	0.828	0.631	1.063

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	0.054	0.000	0.122	0.390
Independence model	0.288	0.251	0.326	0.000

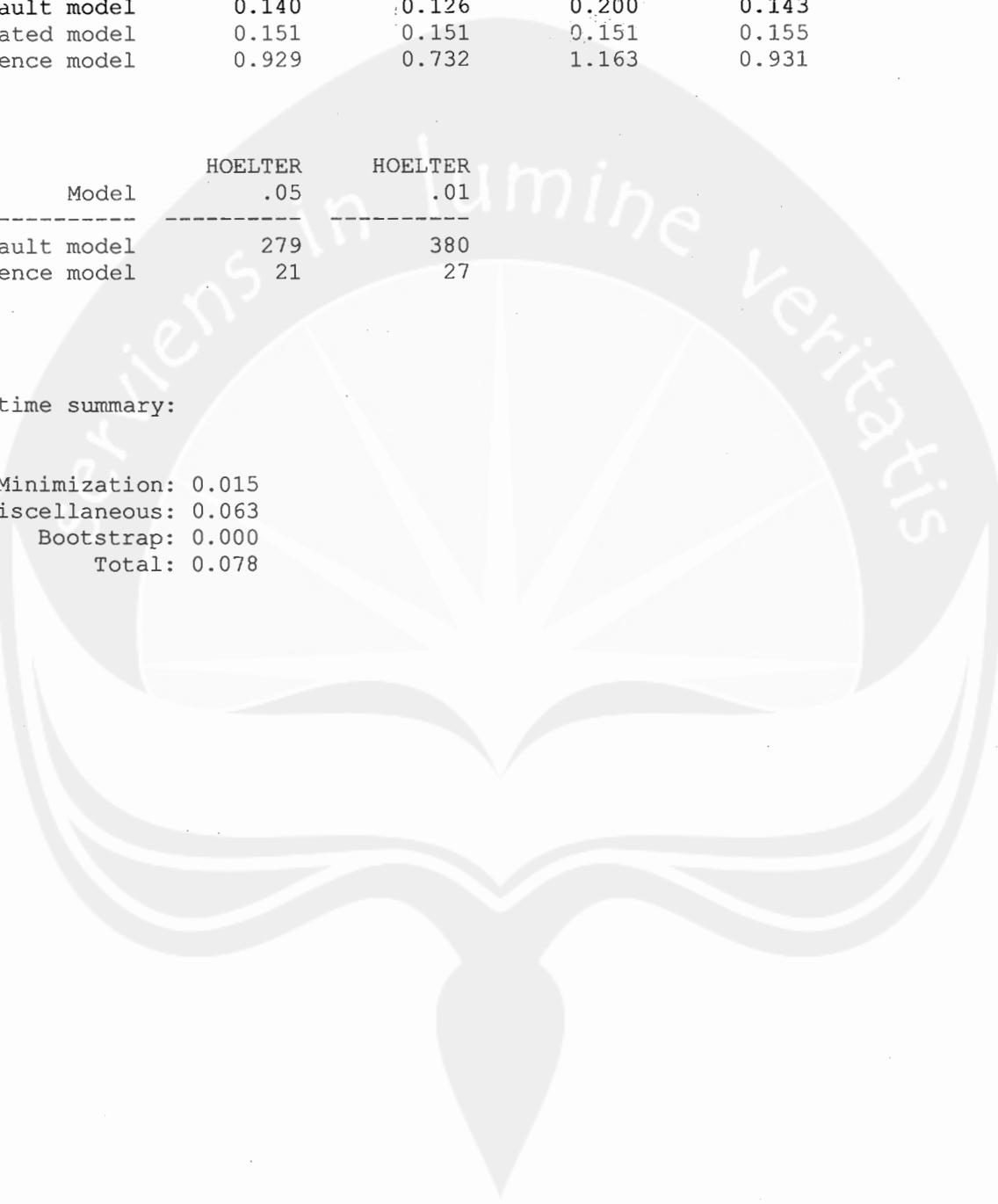
Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	27.903	28.525	76.981	70.886
Saturated model	30.000	30.933	103.616	94.475
Independence model	184.859	185.170	209.398	206.351

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	0.140	0.126	0.200	0.143
Saturated model	0.151	0.151	0.151	0.155
Independence model	0.929	0.732	1.163	0.931

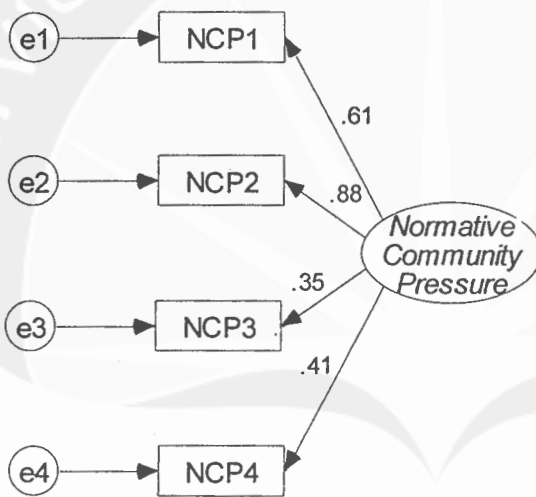
Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	279	380
Independence model	21	27

Execution time summary:

Minimization: 0.015
 Miscellaneous: 0.063
 Bootstrap: 0.000
 Total: 0.078

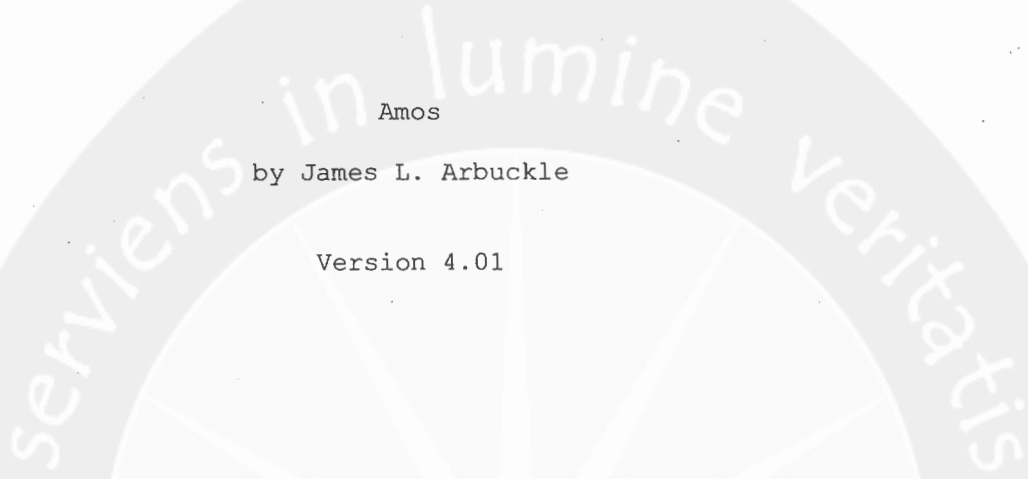


PENGUKURAN MODEL
NORMATIVE COMMUNITY PRESSURE



GOODNESS OF FIT
Chi-Square=18.355
Probability=.000
CMIN/DF=9.178
GFI=.960
AGFI=.802
TLI=.623
CFI=.874
RMSEA=.203

normative community pressure
Wednesday, August 23, 2006 11:17:46



Amos

by James L. Arbuckle

Version 4.01

Copyright 1994-1999 SmallWaters Corporation
1507 E. 53rd Street - #452
Chicago, IL 60615 USA
773-667-8635
Fax: 773-955-6252
<http://www.smallwaters.com>

title

normative community pressure: Wednesday, August 23, 2006 11:17 AM

our model contains the following variables

NCP3	observed	endogenous
NCP2	observed	endogenous
NCP1	observed	endogenous
NCP4	observed	endogenous

Community_Engagement unobserved exogenous
 e3 unobserved exogenous
 e2 unobserved exogenous
 e1 unobserved exogenous
 e4 unobserved exogenous

Number of variables in your model: 9
 Number of observed variables: 4
 Number of unobserved variables: 5
 Number of exogenous variables: 5
 Number of endogenous variables: 4

Summary of Parameters

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed:	5	0	0	0	0	5
Labeled:	0	0	0	0	0	0
Unlabeled:	3	0	5	0	0	8
Total:	8	0	5	0	0	13

NOTE:
 The model is recursive.

Sample size: 200

Model: Default model

Computation of degrees of freedom

Number of distinct sample moments: 10
 Number of distinct parameters to be estimated: 8

 Degrees of freedom: 2

0e	2	0.0e+000	-1.3575e-001	1.00e+004	1.55640484002e+002	0	1.00e+004
1e	1	0.0e+000	-3.4252e-003	8.88e-001	6.70026907891e+001	20	7.41e-001
2e	0	3.3e+001	0.0000e+000	6.74e-001	4.13848705061e+001	5	8.14e-001
3e	0	3.6e+001	0.0000e+000	8.01e-001	2.78624901469e+001	2	0.00e+000
4e	0	1.1e+002	0.0000e+000	3.97e-001	2.04010422194e+001	1	1.08e+000
5e	0	3.1e+002	0.0000e+000	2.47e-001	1.87296018847e+001	1	1.16e+000
6e	0	5.8e+002	0.0000e+000	2.36e-001	1.84160699546e+001	1	1.06e+000
7e	0	9.2e+002	0.0000e+000	7.70e-002	1.83573740086e+001	1	1.07e+000
8e	0	9.8e+002	0.0000e+000	2.66e-002	1.83554704280e+001	1	1.02e+000
9e	0	1.0e+003	0.0000e+000	9.20e-004	1.83554650613e+001	1	1.00e+000

Minimum was achieved

Chi-square = 18.355
 Degrees of freedom = 2
 Probability level = 0.000

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights:

	Estimate	S.E.	C.R.	Label
CP3 <----- Community_Engagement	0.985	0.271	3.632	
CP2 <----- Community_Engagement	2.067	0.474	4.363	
CP1 <----- Community_Engagement	1.472	0.301	4.885	
CP4 <----- Community_Engagement	1.000			

Standardized Regression Weights:

	Estimate
CP3 <----- Community_Engagement	0.348
CP2 <----- Community_Engagement	0.884
CP1 <----- Community_Engagement	0.608
CP4 <----- Community_Engagement	0.412

Variances:

	Estimate	S.E.	C.R.	Label
Community_Engagement	0.150	0.057	2.623	
e3	1.057	0.111	9.563	
e2	0.180	0.111	1.627	
e1	0.553	0.079	7.009	
e4	0.733	0.079	9.285	

Summary of models

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	8	18.355	2	0.000	9.178
Saturated model	10	0.000	0		
Independence model	4	136.007	6	0.000	22.668

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	0.072	0.960	0.802	0.192
Saturated model	0.000	1.000		
Independence model	0.239	0.740	0.567	0.444

Model	DELTA1 NFI	RHO1 RFI	DELTA2 IFI	RHO2 TLI	CFI
Default model	0.865	0.595	0.878	0.623	0.874
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	0.333	0.288	0.291
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	1.000	0.000	0.000

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	16.355	6.179	33.975
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	130.007	95.711	171.733

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	0.092	0.082	0.031	0.171
Saturated model	0.000	0.000	0.000	0.000
Independence model	0.683	0.653	0.481	0.863

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	0.203	0.125	0.292	0.001
Independence model	0.330	0.283	0.379	0.000

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	34.355	34.768	71.832	68.742
Saturated model	20.000	20.515	66.846	62.983
Independence model	144.007	144.213	162.745	161.200

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	0.173	0.122	0.261	0.175
Saturated model	0.101	0.101	0.101	0.103
Independence model	0.724	0.551	0.933	0.725

Model	HOELTER	HOELTER
-----	-----	-----
Default model	65	100
Independence model	19	25

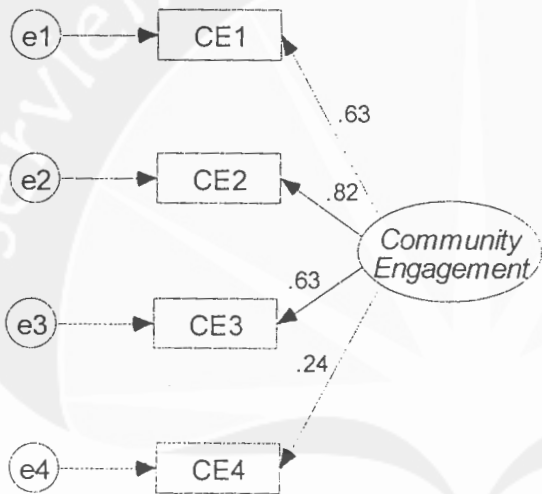
Execution time summary:

Minimization: 0.016
Miscellaneous: 0.047
Bootstrap: 0.000
Total: 0.063

sermons in lumine veritatis



PENGUKURAN MODEL
COMMUNITY ENGAGEMENT



GOODNESS OF FIT
Chi-Square=4.643
Probability=.098
CMIN/DF=2.321
GFI=.988
AGFI=.942
TLI=.943
CFI=.981
RMSEA=.081

13e 0 5.2e+004 0.0000e+000 2.20e-005 4.64267487413e+000 1 1.00e+000

imum was achieved

-square = 4.643
 rees of freedom = 2
 bability level = 0.098

imum Likelihood Estimates

Regression Weights:	Estimate	S.E.	C.R.	Label
<----- Community_Engagement	1.830	0.629	2.911	
<----- Community_Engagement	2.326	0.795	2.927	
<----- Community_Engagement	1.848	0.634	2.914	
<----- Community_Engagement	1.000			

Standardized Regression Weights:	Estimate
<----- Community_Engagement	0.628
<----- Community_Engagement	0.821
<----- Community_Engagement	0.633
<----- Community_Engagement	0.240

Variances:	Estimate	S.E.	C.R.	Label
Community_Engagement	0.068	0.045	1.512	
e3	0.348	0.046	7.555	
e2	0.178	0.051	3.496	
e1	0.346	0.046	7.477	
e4	1.103	0.113	9.793	

Summary of models

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	8	4.643	2	0.098	2.321
Saturated model	10	0.000	0		
Independence model	4	144.120	6	0.000	24.020

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	0.029	0.988	0.942	0.198
Saturated model	0.000	1.000		
Independence model	0.170	0.716	0.526	0.429

Model	DELTA1 NFI	RHO1 RFI	DELTA2 IFI	RHO2 TLI	CFI
Default model	0.968	0.903	0.981	0.943	0.981
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	0.333	0.323	0.327
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	1.000	0.000	0.000

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	2.643	0.000	13.091
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	138.120	102.686	180.984

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	0.023	0.013	0.000	0.066
Saturated model	0.000	0.000	0.000	0.000
Independence model	0.724	0.694	0.516	0.909

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	0.081	0.000	0.181	0.214
Independence model	0.340	0.293	0.389	0.000

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	20.643	21.055	58.120	55.029
Saturated model	20.000	20.515	66.846	62.983
Independence model	152.120	152.326	170.858	169.313

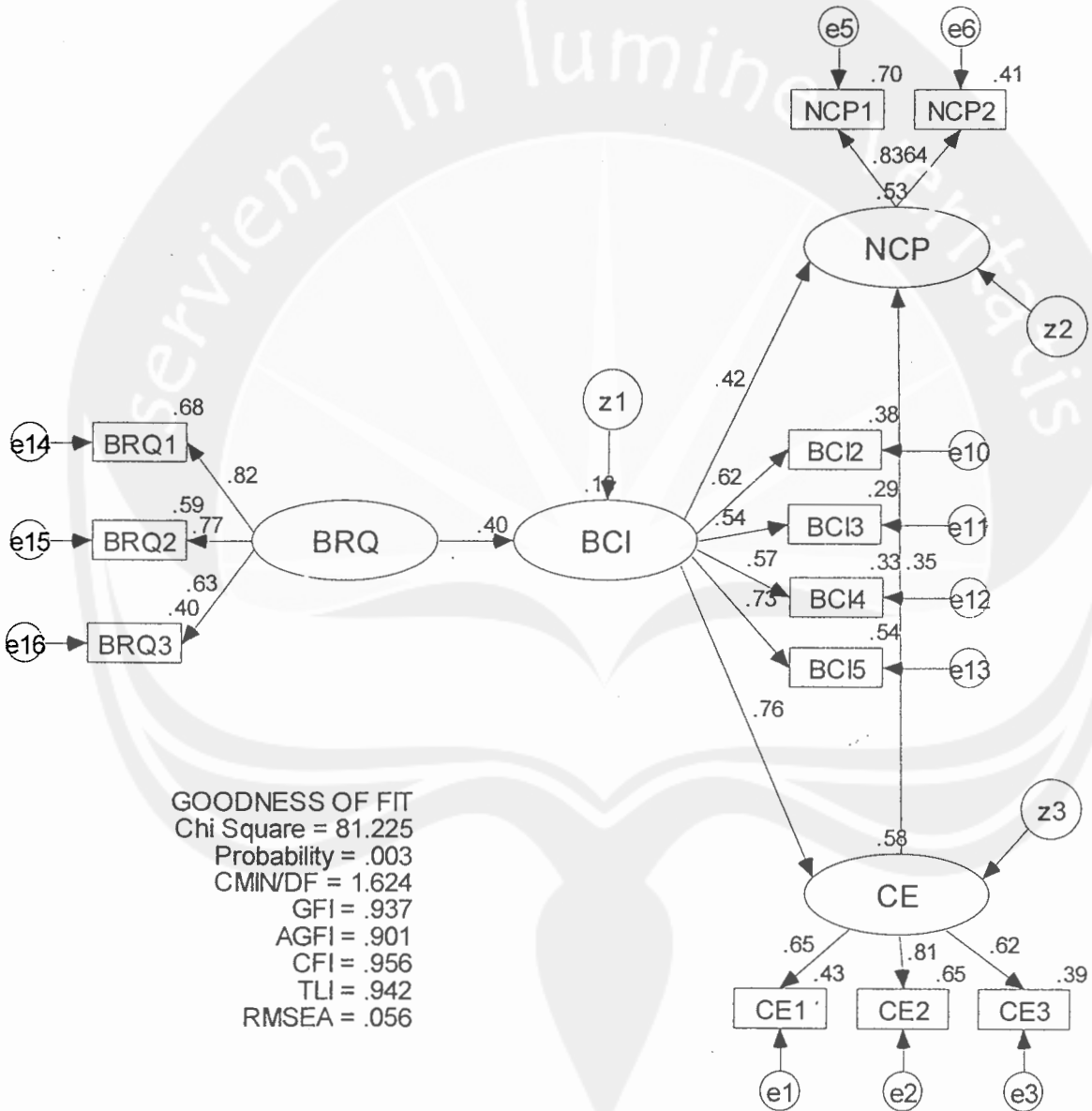
Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	0.104	0.090	0.156	0.106
Saturated model	0.101	0.101	0.101	0.103
Independence model	0.764	0.586	0.980	0.765

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	257	395
Independence model	18	24

Execution time summary:

Minimization: 0.016
 Miscellaneous: 0.046
 Bootstrap: 0.000
 Total: 0.062

STRUCTURAL EQUATION MODEL PENGARUH SOSIAL BRAND COMMUNITY



Amos
by James L. Arbuckle

Version 4.01

Copyright 1994-1999 SmallWaters Corporation
1507 E. 53rd Street - #452
Chicago, IL 60615 USA
773-667-8635
Fax: 773-955-6252
<http://www.smallwaters.com>

Model penelitian: Sunday, September 03, 2006 09:43 PM

Your model contains the following variables

CE3	observed	endogenous
CE2	observed	endogenous
CE1	observed	endogenous
NCP1	observed	endogenous
NCP2	observed	endogenous
BCI2	observed	endogenous
BCI3	observed	endogenous
BCI4	observed	endogenous
BCI5	observed	endogenous
BRQ3	observed	endogenous
BRQ2	observed	endogenous
BRQ1	observed	endogenous
NCP	unobserved	endogenous
BCI	unobserved	endogenous
CE	unobserved	endogenous

e3	unobserved	exogenous
e2	unobserved	exogenous
e1	unobserved	exogenous
z3	unobserved	exogenous
e5	unobserved	exogenous
e6	unobserved	exogenous
z2	unobserved	exogenous
BRQ	unobserved	exogenous
e10	unobserved	exogenous
e11	unobserved	exogenous
e12	unobserved	exogenous
e13	unobserved	exogenous
e16	unobserved	exogenous
e15	unobserved	exogenous
e14	unobserved	exogenous
z1	unobserved	exogenous

Number of variables in your model:	31
Number of observed variables:	12
Number of unobserved variables:	19
Number of exogenous variables:	16
Number of endogenous variables:	15

Summary of Parameters

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed:	19	0	0	0	0	19
Labeled:	0	0	0	0	0	0
Unlabeled:	12	0	16	0	0	28
Total:	31	0	16	0	0	47

NOTE:

The model is recursive.

Assessment of normality

	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
BRQ1	1.000	5.000	0.047	0.270	-0.311	-0.897
BRQ2	1.000	5.000	0.057	0.330	-0.120	-0.346
BRQ3	1.000	5.000	0.125	0.721	0.244	0.705
BCI5	1.000	5.000	-0.417	-2.410	-0.340	-0.980
BCI4	2.000	5.000	-0.213	-1.228	-0.575	-1.661
BCI3	2.000	5.000	-0.424	-2.447	-0.723	-2.087
BCI2	1.000	5.000	-0.398	-2.300	-0.508	-1.466
NCP2	1.000	5.000	0.087	0.502	-0.411	-1.186

NCP1	1.000	5.000	-0.263	-1.517	-0.602	-1.738
CE1	1.000	5.000	-0.273	-1.575	0.165	0.475
CE2	1.000	5.000	-0.362	-2.091	0.419	1.209
CE3	2.000	5.000	-0.441	-2.545	-0.049	-0.141
Multivariate					10.037	3.872

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
168	30.799	0.002	0.345
50	27.013	0.008	0.456
162	26.306	0.010	0.308
64	25.976	0.011	0.173
74	25.968	0.011	0.068
86	25.949	0.011	0.023
90	25.140	0.014	0.025
63	24.912	0.015	0.012
102	24.273	0.019	0.014
85	22.782	0.030	0.076
113	22.353	0.034	0.078
161	22.257	0.035	0.048
28	22.074	0.037	0.034
1	21.954	0.038	0.022
104	21.829	0.039	0.014
178	21.579	0.043	0.012
45	21.527	0.043	0.006
72	21.240	0.047	0.007
155	20.385	0.060	0.033
87	20.244	0.063	0.027
109	20.167	0.064	0.018
138	19.750	0.072	0.032
147	19.665	0.074	0.023
20	19.343	0.081	0.033
26	19.320	0.081	0.021
13	18.824	0.093	0.051
114	18.464	0.102	0.083
169	18.099	0.113	0.135
15	17.903	0.119	0.149
156	17.613	0.128	0.202
110	17.551	0.130	0.171
111	17.550	0.130	0.126
163	17.490	0.132	0.104
17	17.386	0.136	0.097
69	17.316	0.138	0.082
59	17.260	0.140	0.067
42	17.142	0.144	0.066
157	16.836	0.156	0.111
166	16.686	0.162	0.120
172	16.469	0.171	0.156
55	16.397	0.174	0.142

95	16.364	0.175	0.116
52	16.255	0.180	0.116
124	15.967	0.193	0.186
119	15.935	0.194	0.156
131	15.782	0.201	0.178
7	15.517	0.214	0.263
108	15.297	0.226	0.339
30	14.991	0.242	0.487
16	14.934	0.245	0.463
71	14.876	0.248	0.440
89	14.537	0.268	0.624
107	14.479	0.271	0.604
40	14.392	0.276	0.606
185	14.367	0.278	0.563
139	14.343	0.279	0.518
121	14.298	0.282	0.490
142	14.244	0.285	0.469
143	14.185	0.289	0.453
33	14.109	0.294	0.450
123	13.959	0.303	0.507
173	13.951	0.304	0.451
149	13.925	0.306	0.411
39	13.856	0.310	0.406
154	13.845	0.311	0.356
19	13.648	0.324	0.451
65	13.613	0.326	0.420
180	13.611	0.326	0.364
22	13.557	0.330	0.350
23	13.545	0.331	0.305
191	13.531	0.332	0.264
97	13.496	0.334	0.239
67	13.442	0.338	0.228
32	13.286	0.349	0.285
81	13.250	0.351	0.262
21	13.236	0.352	0.225
61	13.224	0.353	0.191
100	12.931	0.374	0.346
98	12.914	0.375	0.306
60	12.899	0.376	0.268
5	12.726	0.389	0.349
44	12.703	0.391	0.315
117	12.502	0.406	0.427
196	12.477	0.408	0.393
164	12.256	0.425	0.531
192	12.232	0.427	0.496
165	12.193	0.430	0.473
160	12.111	0.437	0.491
91	12.021	0.444	0.516
106	12.012	0.445	0.467
150	11.922	0.452	0.493
25	11.863	0.457	0.491
189	11.813	0.461	0.481
88	11.795	0.462	0.440
8	11.641	0.475	0.527
84	11.637	0.475	0.474
190	11.598	0.478	0.454

9	11.515	0.485	0.476
200	11.440	0.492	0.490
94	11.358	0.499	0.511

Sample size: 200

Sample Covariances

	BRQ1	BRQ2	BRQ3	BCI5	BCI4	BCI3	BCI2
BRQ1	0.751						
BRQ2	0.436	0.618					
BRQ3	0.391	0.314	0.747				
BCI5	0.102	0.120	0.130	0.684			
BCI4	0.090	0.038	0.121	0.288	0.647		
BCI3	0.075	0.034	0.145	0.302	0.229	0.644	
BCI2	0.150	0.134	0.170	0.297	0.325	0.218	0.799
NCP2	0.097	0.175	0.185	0.210	0.178	0.153	0.235
NCP1	0.177	0.230	0.180	0.330	0.183	0.215	0.341
CE1	0.161	0.195	0.170	0.221	0.124	0.139	0.223
CE2	0.163	0.182	0.183	0.299	0.170	0.205	0.229
CE3	0.173	0.200	0.160	0.241	0.172	0.063	0.183

	NCP2	NCP1	CE1	CE2	CE3
NCP2	0.803				
NCP1	0.444	0.857			
CE1	0.217	0.291	0.577		
CE2	0.230	0.284	0.297	0.544	
CE3	0.190	0.250	0.219	0.286	0.574

Eigenvalues of Sample Covariances

2.104e-001	2.210e-001	2.844e-001	3.017e-001	3.373e-001	4.053e-001
4.512e-001	5.351e-001	5.862e-001	7.574e-001	1.154e+000	3.002e+000

Condition number of Sample Covariances = 1.426767e+001

Sample Correlations

	BRQ1	BRQ2	BRQ3	BCI5	BCI4	BCI3	BCI2
BRQ1	1.000						
BRQ2	0.640	1.000					
BRQ3	0.522	0.462	1.000				
BCI5	0.142	0.185	0.182	1.000			
BCI4	0.128	0.060	0.175	0.433	1.000		
BCI3	0.108	0.054	0.208	0.455	0.355	1.000	
BCI2	0.193	0.191	0.220	0.401	0.452	0.304	1.000
NCP2	0.125	0.249	0.239	0.283	0.247	0.213	0.294

NCP1	0.221	0.316	0.225	0.430	0.246	0.290	0.412
CE1	0.244	0.326	0.259	0.351	0.203	0.228	0.328
CE2	0.255	0.313	0.288	0.489	0.287	0.347	0.347
CE3	0.264	0.335	0.244	0.384	0.282	0.103	0.270

	NCP2	NCP1	CE1	CE2	CE3
NCP2	1.000				
NCP1	0.535	1.000			
CE1	0.319	0.414	1.000		
CE2	0.348	0.416	0.529	1.000	
CE3	0.280	0.357	0.381	0.512	1.000

Eigenvalues of Sample Correlations

3.168e-001	3.664e-001	4.131e-001	4.408e-001	4.896e-001	5.918e-001
6.472e-001	7.833e-001	8.801e-001	1.045e+000	1.655e+000	4.370e+000

Condition number of Sample Correlations = 1.379638e+001

Determinant of sample covariance matrix = 2.0249e+004

Model: Default model

Computation of degrees of freedom

Number of distinct sample moments:	78
Number of distinct parameters to be estimated:	28

Degrees of freedom:	50

0e	8	0.0e+000	-2.6436e-001	1.00e+004	8.38235351251e+002	0	1.00e+004
1e	4	0.0e+000	-5.3835e-002	2.26e+000	3.24911939885e+002	20	5.81e-001
2e	0	1.0e+003	0.0000e+000	1.30e+000	1.52721996957e+002	5	6.92e-001
3e	0	5.3e+001	0.0000e+000	3.46e-001	1.39963445940e+002	7	0.00e+000
4e	0	4.5e+001	0.0000e+000	8.71e-001	9.78117175052e+001	1	8.30e-001
5e	0	5.1e+001	0.0000e+000	2.68e-001	8.20892800613e+001	1	1.11e+000
6e	0	5.3e+001	0.0000e+000	1.15e-001	8.12364751055e+001	1	1.06e+000
7e	0	5.6e+001	0.0000e+000	1.40e-002	8.12247079487e+001	1	1.01e+000
8e	0	5.6e+001	0.0000e+000	4.56e-004	8.12247018087e+001	1	1.00e+000

Minimum was achieved

Chi-square = 81.225
 Degrees of freedom = 50
 Probability level = 0.003

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights:

	Estimate	S.E.	C.R.	Label
BCI <----- BRQ	0.450	0.107	4.193	
CE <----- BCI	0.592	0.095	6.242	
NCP <----- BCI	0.402	0.162	2.489	
NCP <----- CE	0.425	0.202	2.102	
CE3 <----- CE	1.000			
BCI2 <----- BCI	0.910	0.122	7.458	
BCI3 <----- BCI	0.718	0.108	6.643	
BCI4 <----- BCI	0.761	0.109	6.994	
BCI5 <----- BCI	1.000			
BRQ3 <----- BRQ	1.000			
BRQ2 <----- BRQ	1.109	0.140	7.920	
BRQ1 <----- BRQ	1.309	0.166	7.897	
NCP1 <----- NCP	1.344	0.195	6.872	
NCP2 <----- NCP	1.000			
CE2 <----- CE	1.265	0.160	7.885	
CE1 <----- CE	1.053	0.148	7.112	

Standardized Regression Weights:

	Estimate
BCI <----- BRQ	0.404
CE <----- BCI	0.762
NCP <----- BCI	0.424
NCP <----- CE	0.349
CE3 <----- CE	0.622
BCI2 <----- BCI	0.617
BCI3 <----- BCI	0.543
BCI4 <----- BCI	0.574
BCI5 <----- BCI	0.733
BRQ3 <----- BRQ	0.631
BRQ2 <----- BRQ	0.769
BRQ1 <----- BRQ	0.823
NCP1 <----- NCP	0.834
NCP2 <----- NCP	0.641
CE2 <----- CE	0.808
CE1 <----- CE	0.653

Variances:

	Estimate	S.E.	C.R.	Label
BRQ	0.297	0.067	4.454	
z1	0.308	0.060	5.126	
z3	0.093	0.027	3.398	
z2	0.156	0.041	3.776	
e3	0.352	0.042	8.434	
e2	0.189	0.035	5.334	

e1	0.331	0.041	8.137
e5	0.260	0.077	3.363
e6	0.473	0.062	7.592
e10	0.495	0.059	8.394
e11	0.454	0.051	8.911
e12	0.434	0.050	8.718
e13	0.317	0.046	6.939
e16	0.450	0.054	8.343
e15	0.253	0.043	5.907
e14	0.242	0.054	4.531

Squared Multiple Correlations:

Estimate

BCI	0.163
CE	0.581
NCP	0.527
BRQ1	0.677
BRQ2	0.591
BRQ3	0.398
BCI5	0.537
BCI4	0.329
BCI3	0.294
BCI2	0.381
NCP2	0.411
NCP1	0.696
CE1	0.426
CE2	0.653
CE3	0.386

Total Effects

	BRQ	BCI	CE	NCP
BCI	0.450	0.000	0.000	0.000
CE	0.266	0.592	0.000	0.000
NCP	0.294	0.654	0.425	0.000
BRQ1	1.309	0.000	0.000	0.000
BRQ2	1.109	0.000	0.000	0.000
BRQ3	1.000	0.000	0.000	0.000
BCI5	0.450	1.000	0.000	0.000
BCI4	0.342	0.761	0.000	0.000
BCI3	0.323	0.718	0.000	0.000
BCI2	0.409	0.910	0.000	0.000
NCP2	0.294	0.654	0.425	1.000
NCP1	0.395	0.878	0.571	1.344
CE1	0.280	0.623	1.053	0.000
CE2	0.337	0.749	1.265	0.000
CE3	0.266	0.592	1.000	0.000

Standardized Total Effects

	BRQ	BCI	CE	NCP
BCI	0.404	0.000	0.000	0.000
CE	0.308	0.762	0.000	0.000
NCP	0.279	0.690	0.349	0.000
BRQ1	0.823	0.000	0.000	0.000
BRQ2	0.769	0.000	0.000	0.000
BRQ3	0.631	0.000	0.000	0.000
BCI5	0.296	0.733	0.000	0.000
BCI4	0.232	0.574	0.000	0.000
BCI3	0.219	0.543	0.000	0.000
BCI2	0.249	0.617	0.000	0.000
NCP2	0.179	0.442	0.224	0.641
NCP1	0.233	0.576	0.291	0.834
CE1	0.201	0.498	0.653	0.000
CE2	0.249	0.616	0.808	0.000
CE3	0.192	0.474	0.622	0.000

Direct Effects

	BRQ	BCI	CE	NCP
BCI	0.450	0.000	0.000	0.000
CE	0.000	0.592	0.000	0.000
NCP	0.000	0.402	0.425	0.000
BRQ1	1.309	0.000	0.000	0.000
BRQ2	1.109	0.000	0.000	0.000
BRQ3	1.000	0.000	0.000	0.000
BCI5	0.000	1.000	0.000	0.000
BCI4	0.000	0.761	0.000	0.000
BCI3	0.000	0.718	0.000	0.000
BCI2	0.000	0.910	0.000	0.000
NCP2	0.000	0.000	0.000	1.000
NCP1	0.000	0.000	0.000	1.344
CE1	0.000	0.000	1.053	0.000
CE2	0.000	0.000	1.265	0.000
CE3	0.000	0.000	1.000	0.000

Standardized Direct Effects

	BRQ	BCI	CE	NCP
BCI	0.404	0.000	0.000	0.000
CE	0.000	0.762	0.000	0.000
NCP	0.000	0.424	0.349	0.000
BRQ1	0.823	0.000	0.000	0.000
BRQ2	0.769	0.000	0.000	0.000
BRQ3	0.631	0.000	0.000	0.000
BCI5	0.000	0.733	0.000	0.000
BCI4	0.000	0.574	0.000	0.000
BCI3	0.000	0.543	0.000	0.000

BCI2	0.000	0.617	0.000	0.000
NCP2	0.000	0.000	0.000	0.641
NCP1	0.000	0.000	0.000	0.834
CE1	0.000	0.000	0.653	0.000
CE2	0.000	0.000	0.808	0.000
CE3	0.000	0.000	0.622	0.000

Indirect Effects

	BRQ	BCI	CE	NCP
BCI	0.000	0.000	0.000	0.000
CE	0.266	0.000	0.000	0.000
NCP	0.294	0.252	0.000	0.000
BRQ1	0.000	0.000	0.000	0.000
BRQ2	0.000	0.000	0.000	0.000
BRQ3	0.000	0.000	0.000	0.000
BCI5	0.450	0.000	0.000	0.000
BCI4	0.342	0.000	0.000	0.000
BCI3	0.323	0.000	0.000	0.000
BCI2	0.409	0.000	0.000	0.000
NCP2	0.294	0.654	0.425	0.000
NCP1	0.395	0.878	0.571	0.000
CE1	0.280	0.623	0.000	0.000
CE2	0.337	0.749	0.000	0.000
CE3	0.266	0.592	0.000	0.000

Standardized Indirect Effects

	BRQ	BCI	CE	NCP
BCI	0.000	0.000	0.000	0.000
CE	0.308	0.000	0.000	0.000
NCP	0.279	0.266	0.000	0.000
BRQ1	0.000	0.000	0.000	0.000
BRQ2	0.000	0.000	0.000	0.000
BRQ3	0.000	0.000	0.000	0.000
BCI5	0.296	0.000	0.000	0.000
BCI4	0.232	0.000	0.000	0.000
BCI3	0.219	0.000	0.000	0.000
BCI2	0.249	0.000	0.000	0.000
NCP2	0.179	0.442	0.224	0.000
NCP1	0.233	0.576	0.291	0.000
CE1	0.201	0.498	0.000	0.000
CE2	0.249	0.616	0.000	0.000
CE3	0.192	0.474	0.000	0.000

Modification Indices

Covariances:

	M.I.	Par Change
z3 <-----> BRQ	10.322	0.061
e15 <-----> z3	9.582	0.057
e15 <-----> z2	4.937	0.050
e12 <-----> e15	5.865	-0.070
e11 <-----> e15	5.395	-0.068
e10 <-----> e12	5.699	0.088
e3 <-----> e11	10.200	-0.101

Variances:

M.I.	Par Change
------	------------

Regression Weights:

	M.I.	Par Change
CE <-----> BRQ	10.322	0.204
BRQ1 <-----> NCP2	4.262	-0.103
BRQ2 <-----> NCP1	4.077	0.091
BRQ2 <-----> CE3	4.353	0.115
BRQ3 <-----> BCI3	4.409	0.133
BCI4 <-----> BRQ2	4.997	-0.140
BCI3 <-----> BRQ2	4.341	-0.132
BCI3 <-----> CE3	7.304	-0.178
CE3 <-----> BRQ2	4.228	0.117
CE3 <-----> BCI3	6.609	-0.144

Summary of models

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	28	81.225	50	0.003	1.624
Saturated model	78	0.000	0		
Independence model	12	771.988	66	0.000	11.697

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	0.044	0.937	0.901	0.600
Saturated model	0.000	1.000		
Independence model	0.204	0.463	0.365	0.392

Model	DELTA1 NFI	RHO1 RFI	DELTA2 IFI	RHO2 TLI	CFI
Default model	0.895	0.861	0.957	0.942	0.956
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	0.758	0.678	0.724
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	1.000	0.000	0.000

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	31.225	10.427	59.927
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	705.988	620.240	799.175

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	0.408	0.157	0.052	0.301
Saturated model	0.000	0.000	0.000	0.000
Independence model	3.879	3.548	3.117	4.016

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	0.056	0.032	0.078	0.310
Independence model	0.232	0.217	0.247	0.000

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	137.225	141.139	299.155	257.578
Saturated model	156.000	166.903	607.091	491.269
Independence model	795.988	797.666	865.387	847.568

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	0.690	0.585	0.834	0.709
Saturated model	0.784	0.784	0.784	0.839
Independence model	4.000	3.569	4.468	4.008

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	166	187
Independence model	23	25

Execution time summary:

Minimization: 0.015
 Miscellaneous: 0.172
 Bootstrap: 0.000
 Total: 0.187

Outlier

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(BRQ)	200	-2.81352	2.41872	.0000000	1.0000000
Zscore(BCI)	200	-2.81212	1.63872	.0000000	1.0000000
Zscore(CE)	200	-2.52588	1.86695	.0000000	1.0000000
Zscore(NCP)	200	-2.96199	1.96439	.0000000	1.0000000
Valid N (listwise)	200				

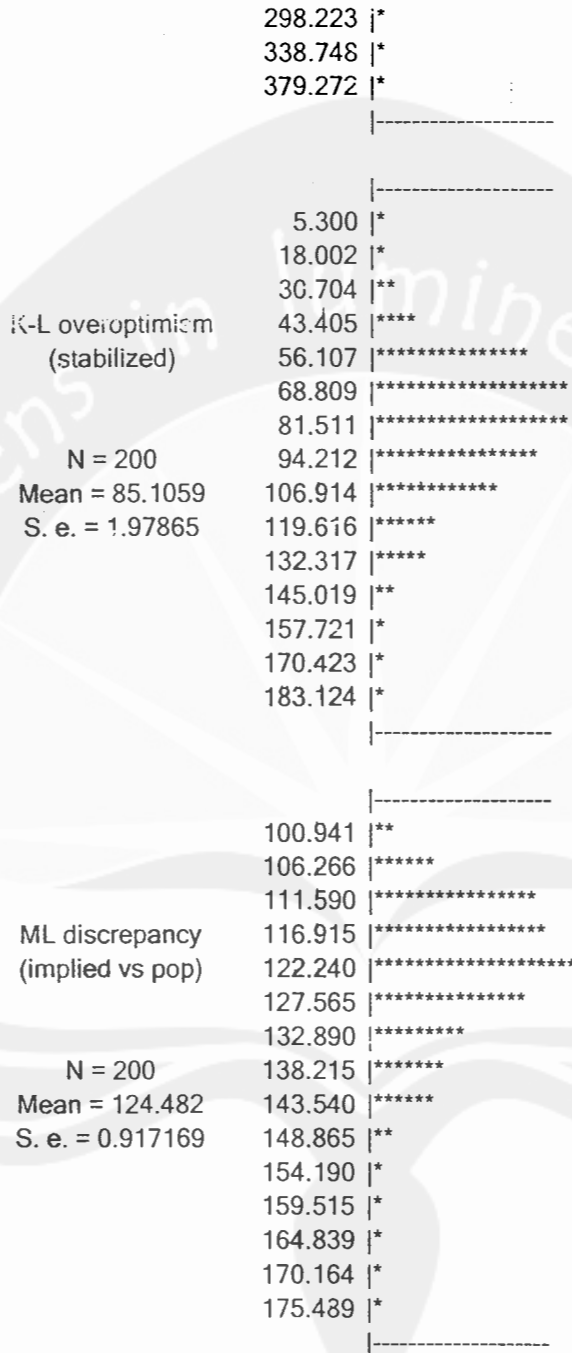


Bootstrap Distributions

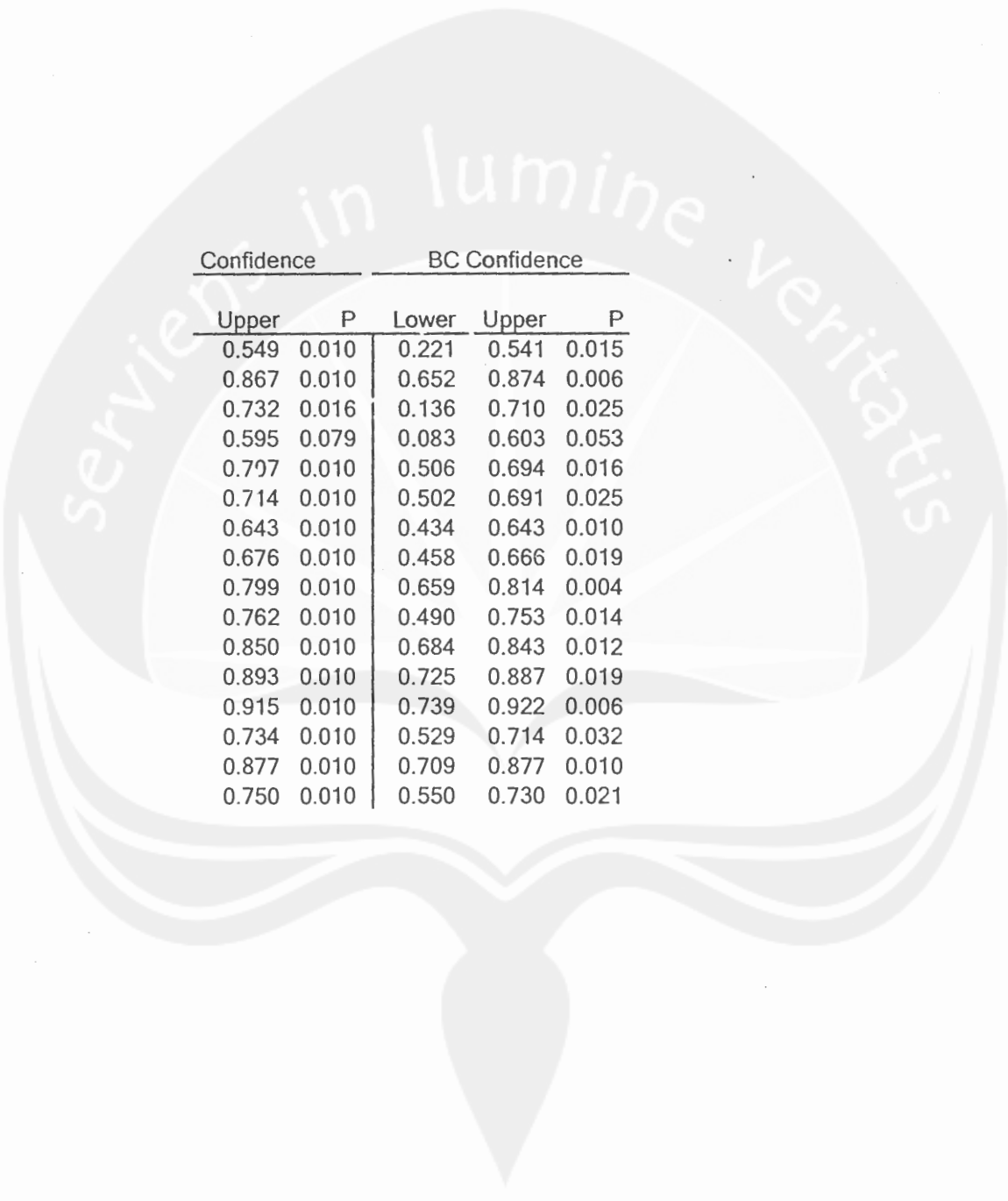
	79.824	*
	88.382	*
	96.941	*****
ML discrepancy	105.500	*****
(implied vs sample)	114.058	*****
	122.617	*****
	131.176	*****
N = 200	139.734	*****
Mean = 136.978	148.293	*****
S. e. = 1.7462	156.852	*****
	165.411	*****
	173.969	****
	182.528	*
	191.087	****
	199.645	**

	100.941	**
	106.266	*****
	111.590	*****
ML discrepancy	116.915	*****
(implied vs pop)	122.240	*****
	127.565	*****
	132.890	*****
N = 200	138.215	*****
Mean = 124.482	143.540	*****
S. e. = 0.917169	148.865	**
	154.190	*
	159.515	*
	164.839	*
	170.164	*
	175.489	*

	-188.071	*
	-147.547	*
	-107.022	*
K-L overoptimism	-66.498	**
(unstabilized)	-25.973	*****
	14.551	*****
	55.076	*****
N = 200	95.600	*****
Mean = 84.2334	136.125	*****
S. e. = 6.50138	176.650	*****
	217.174	**
	257.699	**



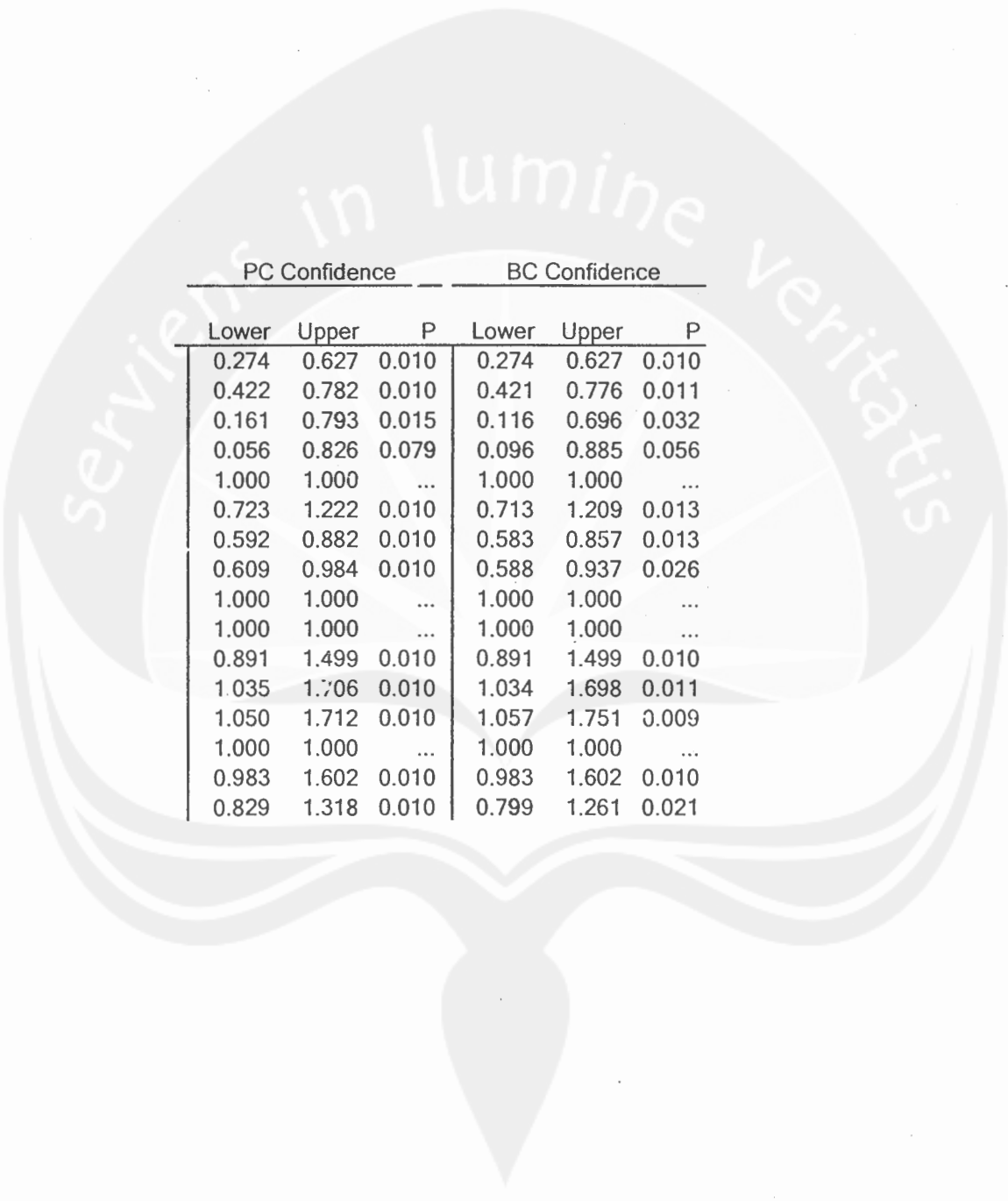
Standardized Regression Weights	Bootstrap						PC
	Estimate	SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias	Lower
BCI <-- BRQ	0.404	0.099	0.005	0.406	0.002	0.007	0.236
CE <-- BCI	0.762	0.065	0.003	0.754	-0.008	0.005	0.648
NCP <-- BCI	0.424	0.171	0.009	0.444	0.020	0.012	0.182
NCP <-- CE	0.349	0.173	0.009	0.336	-0.013	0.012	0.047
CE3 <-- CE	0.622	0.053	0.003	0.622	0.000	0.004	0.538
BCI2 <-- BCI	0.617	0.055	0.003	0.623	0.006	0.004	0.522
BCI3 <-- BCI	0.543	0.062	0.003	0.540	-0.003	0.004	0.434
BCI4 <-- BCI	0.574	0.061	0.003	0.581	0.007	0.004	0.471
BCI5 <-- BCI	0.733	0.050	0.002	0.725	-0.008	0.004	0.637
BRQ3 <-- BRQ	0.631	0.081	0.004	0.634	0.004	0.006	0.498
BRQ2 <-- BRQ	0.769	0.050	0.003	0.770	0.001	0.004	0.687
BRQ1 <-- BRQ	0.823	0.049	0.002	0.827	0.004	0.003	0.741
NCP1 <-- NCP	0.834	0.056	0.003	0.832	-0.002	0.004	0.725
NCP2 <-- NCP	0.641	0.054	0.003	0.649	0.008	0.004	0.555
CE2 <-- CE	0.808	0.050	0.003	0.802	-0.006	0.004	0.709
CE1 <-- CE	0.653	0.055	0.003	0.659	0.006	0.004	0.575



Confidence		BC Confidence		
Upper	P	Lower	Upper	P
0.549	0.010	0.221	0.541	0.015
0.867	0.010	0.652	0.874	0.006
0.732	0.016	0.136	0.710	0.025
0.595	0.079	0.083	0.603	0.053
0.797	0.010	0.506	0.694	0.016
0.714	0.010	0.502	0.691	0.025
0.643	0.010	0.434	0.643	0.010
0.676	0.010	0.458	0.666	0.019
0.799	0.010	0.659	0.814	0.004
0.762	0.010	0.490	0.753	0.014
0.850	0.010	0.684	0.843	0.012
0.893	0.010	0.725	0.887	0.019
0.915	0.010	0.739	0.922	0.006
0.734	0.010	0.529	0.714	0.032
0.877	0.010	0.709	0.877	0.010
0.750	0.010	0.550	0.730	0.021

Regression Weights

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label	Bootstrap				
						SE	SE-SE	Mean	Bias	SE-Bias
BCI <-- BRQ	0.450	0.107	4.193	0.000		0.104	0.005	0.446	-0.004	0.007
CE <-- BCI	0.592	0.095	6.242	0.000		0.110	0.006	0.599	0.006	0.008
NCP <-- BCI	0.402	0.162	2.489	0.013		0.183	0.009	0.435	0.033	0.013
NCP <-- CE	0.425	0.202	2.102	0.036		0.235	0.012	0.422	-0.003	0.017
CE3 <-- CE	1.000					0.000	0.000	1.000	0.000	0.000
BCI2 <-- BCI	0.910	0.122	7.458	0.000		0.140	0.007	0.938	0.028	0.010
BCI3 <-- BCI	0.718	0.108	6.643	0.000		0.087	0.004	0.729	0.011	0.006
BCI4 <-- BCI	0.761	0.109	6.994	0.000		0.111	0.006	0.785	0.024	0.008
BCI5 <-- BCI	1.000					0.000	0.000	1.000	0.000	0.000
BRQ3 <-- BRQ	1.000					0.000	0.000	1.000	0.000	0.000
BRQ2 <-- BRQ	1.109	0.140	7.920	0.000		0.184	0.009	1.135	0.027	0.013
BRQ1 <-- BRQ	1.309	0.166	7.897	0.000		0.248	0.012	1.341	0.032	0.018
NCP1 <-- NCP	1.344	0.195	6.872	0.000		0.193	0.010	1.344	0.001	0.014
NCP2 <-- NCP	1.000					0.000	0.000	1.000	0.000	0.000
CE2 <-- CE	1.265	0.160	7.885	0.000		0.178	0.009	1.269	0.004	0.013
CE1 <-- CE	1.053	0.148	7.112	0.000		0.150	0.008	1.073	0.020	0.011



PC Confidence			BC Confidence		
Lower	Upper	P	Lower	Upper	P
0.274	0.627	0.010	0.274	0.627	0.010
0.422	0.782	0.010	0.421	0.776	0.011
0.161	0.793	0.015	0.116	0.696	0.032
0.056	0.826	0.079	0.096	0.885	0.056
1.000	1.000	...	1.000	1.000	...
0.723	1.222	0.010	0.713	1.209	0.013
0.592	0.882	0.010	0.583	0.857	0.013
0.609	0.984	0.010	0.588	0.937	0.026
1.000	1.000	...	1.000	1.000	...
1.000	1.000	...	1.000	1.000	...
0.891	1.499	0.010	0.891	1.499	0.010
1.035	1.706	0.010	1.034	1.698	0.011
1.050	1.712	0.010	1.057	1.751	0.009
1.000	1.000	...	1.000	1.000	...
0.983	1.602	0.010	0.983	1.602	0.010
0.829	1.318	0.010	0.799	1.261	0.021