

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2009). *Manajemen Ekuitas Merek*. Spektrum.
- Abbasi, G. A., Goh, Y. N., & Ariffin, S. K. (2019). Stimulating Online Buying Behaviour among Millennials in Pakistan: A Conceptual Model and Research Propositions. *Journal of Entrepreneurship, Business and Economics*, 7(2), 189–219.
- Abed, S. S., Dwivedi, Y. K., & Williams, M. D. (2015). SME's Adoption of E-Commerce Using Social Media in a Saudi Arabian Context: A Systematic Literature Review. *International Journal of Business Information Systems*, 19(2), 159–179.
- Afifah, L., Nirmalasari, H., & Chan, A. (2020). Pengaruh Customer Engagement Media Sosial terhadap Brand Loyalty Indosat Ooredoo. *Ekonomi Bisnis*, 25(1), 38–52.
- Afrianto, A. P. (2021). Eksplorasi Kondisi Masyarakat dalam Memilih Belanja Online melalui Shopee Selama Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3(1), 10–29.
- Ahdiat, A. (2023). *Tren Pengunjung E-Commerce Kuartal III 2023, Shopee Kian Melesat*. Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/11/tren-pengunjung-e-commerce-kuartal-iii-2023-shopee-kian-melesat>
- Ahmad, S. Z., Ahmad, N., & Bakar, A. R. A. (2018). Reflections of Entrepreneurs of Small and Medium-sized Enterprises Concerning the Adoption of Social Media and Its Impact on Performance Outcomes: Evidence from the UAE. *Telematics and Informatics*, 35(1), 6–17.
- Akbar, M. A., & Alam, S. N. (2020). *E-Commerce: Dasar Teori dalam Bisnis Digital*. Kita Menulis.
- Al-Dmour, R., Alkhatib, O. H., Al-Dmour, H., & Amin, E. B. (2023). The Influence of Social Marketing Drives on Brand Loyalty via the Customer Satisfaction as a Mediating Factor in Travel and Tourism Offices. *SAGE Open*, 13(2).
- Al-Hawary, S. I. S., & Al-Fassed, K. J. (2022). The Impact of Social Media Marketing on Building Brand Loyalty through Customer Engagement in Jordan. *International Journal of Business Innovation and Research*, 28(3), 365–387.
- Annur, C. M. (2023). *Jumlah Pengguna Instagram Indonesia Terbanyak Ke-4 di Dunia*. Databoks Katadata. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/05/04/jumlah-pengguna-instagram-indonesia-terbanyak-ke-4-di-dunia>

- As'ad, H. A.-R., & Alhadid, A. Y. (2014). The Impact of Social Media Marketing on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Providers in Jordan. *Review of Integrative Business & Economics Research*, 3(1), 334–345.
- Azhar, M., Husain, R., Hamid, S., & Rahman, M. N. (2023). Effect of Social Media Marketing on Online Travel Purchase Behavior Post-COVID-19: Mediating Role of Brand Trust and Brand Loyalty. *Future Business Journal*, 9(13).
- Baskorodjati, G. G. A. (2021). *Efektivitas Social Media Marketing terhadap Customer Engagement dan Keputusan Pembelian di Sumber Anugerah* [Skripsi]. Universitas Telkom.
- Bilgin, Y. (2018). The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image, and Brand Loyalty. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(1), 128–148.
- Brodie, R. J., Ilic, A., Juric, B., & Hollebeek, L. (2013). Consumer Engagement in a Virtual Brand Community: An Exploratory Analysis. *Journal of Business Research*, 66(1), 105–114.
- Chary, S. R. K. (2014). Social Media Marketing-The Paradigm Shift in International Marketing. *IOSR Journal of Business and Management*, 16(9), 11–13.
- Chelniciuc, A. (2010). *Gallup's Customer Engagement Index*. Performance Magazine. <https://www.performancemagazine.org/gallups-customer-engagement-index/>
- Chikandiwa, S. T., Contogiannis, E., & Jembere, E. (2013). The Adoption of Social Media Marketing in South African Banks. *European Business Review*, 25(4), 365–381.
- Daya, M., Siagian, Y. M., & Kurniawati. (2022). Influence Social Media Marketing Activities Against Brand Loyalty Directly or Through Consumer Satisfaction and Brand Equity on the Largest E-Commerce in Indonesia. *Journal of Applied Management*, 20(4), 865–877.
- Dessart, L., Veloutsou, C., & Morgan-Thomas, A. (2015). Consumer Engagement in Online Brand Communities: A Social Media Perspective. *Journal of Product & Brand Management*, 24(1), 28–42.
- Fajrianthi, & Farrah, Z. (2005). Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen. *INSAN: Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental*, 7(03), 276–288.
- Farook, F. S., & Abeysekera, N. (2016). Influence of Social Media Marketing on Customer Engagement. *International Journal of Business and Management Invention*, 5(12), 115–125.
- Ferliansyah, M. D., Pradana, M., Kartawinata, B. R., Wasono, L. W., & Wijaksana, T. I. (2022). The Influence of Social Media Marketing on Brand Loyalty through Customer Engagement as Intervening Variable on Sociolla's Instagram Account. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 1234–1243.

- Fetais, A. H., Algharabat, R. S., Aljafari, A., & Rana, N. P. (2023). Do Social Media Marketing Activities Improve Brand Loyalty? An Empirical Study on Luxury Fashion Brands. *Information System Frontiers*, 25, 795–817.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek*. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran (Dasar dan Konsep)*. Penerbit Qiara Media.
- Ganesh, J., Arnold, M., & Reynolds, K. (2000). Understanding the Customer Base of Service Providers: An Examination of the Differences Between Switchers and Stayers. *Journal of Marketing*, 64(3), 65–87.
- Ghozali, I. (2016a). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS (Edisi 8)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016b). *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif untuk Akuntansi, Bisnis, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Yoga Pratama.
- Gunelius, S. (2011). *30-Minute Social Media Marketing*. McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Hult, T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications Ltd.
- Hapsari, R., Hussein, A. S., & Handrito, R. P. (2020). Being Fair to Customers: A Strategy in Enhancing Customer Engagement and Loyalty in the Indonesia Mobile Telecommunication Industry. *Services Marketing Quarterly*, 41(1), 49–67.
- Harrigan, P., Evers, U., Miles, M. P., & Daly, T. (2018). Customer Engagement and the Relationship between Involvement, Engagement, Self-Brand Connection and Brand Usage Intent. *Journal of Business Research*, 88, 388–396.
- Islam, J. U., & Rahman, Z. (2016). Examining the Effects of Brand Love and Brand Image on Customer Engagement: An Empirical Study on Fashion Apparel Brands. *Journal of Global Fashion Marketing*, 7(1), 45–59.
- Jayasingh, S., & Wright, L. T. (2019). Consumer Brand Engagement in Social Networking Sites and Its Effect on Brand Loyalty. *Cogent Business & Management*, 6(1).
- Kosiba, J. P. B., Boateng, H., Okoe, A., Boakye, R., & Hinson, R. E. (2018). Examining Customer Engagement and Brand Loyalty in Retail Banking: The Trustworthiness Influence. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(13).
- Laughey, D. (2007). *Themes in Media Theory*. Open University Press.
- Liu, X., Shin, H., & Burns, A. C. (2021). Examining the Impact of Luxury Brand's Social Media Marketing on Customer Engagement: Using Big Data Analytics and Natural Language Processing. *Journal of Business Research*, 125, 815–826.

- Mahayani, O. C., Aknuranda, I., & Kusyanti, A. (2019). Pengaruh Customer Engagement melalui Media Sosial terhadap Kepercayaan Merek (Studi Kasus: Instagram Shopee). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(4), 3301–3310.
- Marvelyn, C. (2020). *Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Yamaha Motor* [Skripsi]. Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Monferrer, D., Moliner, M. A., & Estrada, M. (2019). Increasing Customer Loyalty through Customer Engagement in the Retail Banking Industry. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 23(3), 461–484.
- Muchardie, B. G., Yudiana, N. H., & Gunawan, A. (2016). Effect of Social Media Marketing on Customer Engagement and its Impact on Brand Loyalty in Caring Colours Cosmetics, Martha Tilaar. *Binus Business Review*, 7(1), 83–87.
- Muslihah, F. (2018). *Pengaruh Social Media Marketing Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion dalam Pandangan Islam (Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2014-2016)* [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Raden Intan.
- Patterson, P. G., Yu, T., & Ruyter, K. de. (2006). *Understanding Customer Engagement in Services*.
- Rachmadhaniyati, & Sanaji. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Customer Engagement dengan Loyalitas Merek dan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 1124–1137.
- Rerung, R. R. (2018). *E-Commerce: Menciptakan Daya Saing melalui Teknologi Informasi*. Deepublish.
- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemus Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses and Gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior*. Prentice Hall.
- Sharawneh, T. (2020). Social Media Marketing Activities and Brand Loyalty in Telecommunication Industry: The Mediating Role of Brand Affect. *Journal of Innovations in Digital Marketing*, 1(1), 1–7.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Supriyadi, & Marlien. (2015). Analisis Kepercayaan, Citra Merek dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pelanggan (Studi pada Kreditur Pd. Bkk Dempet Kota Kabupaten Demak). *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call for Papers Unisbank (Sendi_U)*.

- Susanti, E., Rafika, M., & Melinda, T. (2021). Consumer Brand Engagement on Brand Loyalty: The Role of Brand Satisfaction as a Mediating Variable. *International Conference on Entrepreneurship (ICOEN), KnE Social Sciences*, 306–322.
- Utami, G. R., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Customer Engagement dan Loyalitas Merek pada Akun Instagram Tokopedia. *urnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185–198.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 1). Radna Andi Wibowo.
- Willems, H. (2011). Transitioning into a Blueconomy. *White Paper Customer Driven Online Engagement*, 1–18.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: KUESIONER PENELITIAN**KUESIONER PENELITIAN****PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER ENGAGEMENT* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA AKUN INSTAGRAM SHOPEE**

Responden yang saya hormati,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir yang sedang saya lakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin dengan judul **PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *CUSTOMER ENGAGEMENT* SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA AKUN INSTAGRAM SHOPEE**, dengan ini saya mohon kesediaan saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini. Setiap jawaban yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi penelitian saya. Demikian, atas bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Makassar, 16 Juli 2024

Peneliti

(Ammartia Kirana)

Pilihlah jawaban yang Anda anggap paling sesuai menurut Anda, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom jawaban yang tersedia.

Screening Questions

No.	Pertanyaan	Jawaban	
		Ya	Tidak
1	Apakah Anda merupakan pengikut (<i>follower</i>) Instagram Shopee?		
2	Apakah Anda pernah melakukan pembelian berulang di Shopee? (Lebih dari 1x pembelian)		

Bagian I: Identitas Responden

Email :

Nama :

Jenis Kelamin : Perempuan
 Laki-laki

Usia : < 17 Tahun
 17 – 20 Tahun
 21 – 25 Tahun
 26 – 30 Tahun
 > 30 Tahun

Pekerjaan Saat Ini : Pelajar/Mahasiswa
 Pegawai/Karyawan
 Wiraswasta
 Ibu Rumah Tangga
 Fresh Graduate

Rata-rata Pengeluaran Per Bulan untuk Belanja di Shopee : < Rp100.000
 Rp100.001 – Rp500.000
 Rp500.001 – Rp1.000.000
 Rp1.000.001 – Rp1.500.000
 > Rp1.500.000

Bagian II: Petunjuk Pengisian

1. Pilihlah salah satu jawaban yang menurut Anda sesuai dengan pilihan Anda di setiap pertanyaan yang diberikan.
2. Berilah tanda (√) pada kolom yang tersedia. Jawaban terdiri atas lima pilihan, antara lain:
 - Sangat Tidak Setuju (STS)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Cukup Setuju (CS)
 - Setuju (S)
 - Sangat Setuju (SS)

Social Media Marketing

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Saya sering melihat iklan di Instagram Shopee yang menawarkan diskon atau promosi yang menarik.					
2	Saya sangat puas dengan penawaran iklan diskon atau promosi yang ada di Instagram Shopee.					
3	Konten yang dibagikan di Instagram Shopee sangat relevan dengan minat dan kebutuhan saya.					
4	Saya merasa konten di Instagram shopee sangat membantu dan sangat informatif.					
5	Konten di Instagram Shopee sering saya temukan.					
6	Saya sering berinteraksi (menyukai, komentar, membagi) di setiap konten yang ada di Instagram Shopee,					
7	Saya sering melihat konten Shopee di Instagram saya.					

Customer Engagement

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Saya merasa senang saat melihat konten di Instagram Shopee.					
2	Saya sangat antusias menantikan konten baru dari Shopee di Instagram.					
3	Saya sangat bersemangat ketika melihat konten baru dari Shopee di Instagram.					
4	Konten Shopee di Instagram sangat menarik perhatian saya.					
5	Saya sangat fokus saat melihat konten Shopee di Instagram.					
6	Saya pernah terlibat di konten yang ada di Instagram Shopee seperti menyukai, berkomentar dan membagikannya.					
7	Saya sering terlibat di konten yang ada di Instagram Shopee seperti menyukai, berkomentar dan membagikannya.					
8	Saya sering belajar sesuatu yang baru saat melihat konten Shopee di Instagram.					
9	Informasi dari konten Shopee di Instagram sangat bermanfaat.					
10	Saya sering merekomendasikan konten Shopee di Instagram kepada teman dan keluarga saya.					
11	Saya sering membagikan konten Instagram Shopee di media sosial saya.					

Brand Loyalty

No.	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
		(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Saya sangat puas dengan kualitas produk dan layanan dari Shopee.					
2	Saya merasa bahwa produk yang saya beli di Shopee lebih baik dibandingkan dengan yang saya beli di kompetitor.					
3	Saya merasa terhubung secara emosional dengan produk atau layanan di Shopee.					
4	Saya merasa puas secara emosional setelah menggunakan produk atau layanan di Shopee.					
5	Saya akan terus menggunakan produk dan layanan dari Shopee.					
6	Saya sering berencana untuk membeli produk atau layanan di Shopee lagi.					
7	Saya sering membeli produk dan menggunakan layanan di Shopee daripada di kompetitor.					
8	Saya akan merekomendasikan produk atau layanan yang saya gunakan di Shopee kepada keluarga atau teman saya.					

LAMPIRAN 2: TABULASI DATA KUESIONER

Social Media Marketing (X1)

No.	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7
1	4	3	4	4	4	4	5
2	4	3	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	5
5	4	5	5	5	5	5	5
6	4	4	5	4	4	3	4
7	4	4	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4
10	5	5	5	5	5	5	5
11	5	4	4	4	5	4	4
12	4	4	4	5	5	4	5
13	4	4	4	4	4	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4
17	3	3	3	3	3	3	3
18	5	5	5	4	4	5	5
19	4	4	4	4	5	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	5
22	4	4	3	4	4	4	3
23	5	3	4	5	5	3	4
24	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	5
27	4	4	4	4	4	4	4
28	5	3	4	5	5	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4
30	5	3	5	5	5	5	4
31	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4
33	5	4	3	4	5	3	4
34	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4
36	4	3	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	4	4
38	4	4	5	4	5	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4

No.	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7
40	4	4	5	4	5	5	5
41	3	3	4	4	5	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4
44	4	3	4	5	4	4	4
45	4	4	4	4	3	4	5
46	4	4	4	5	4	3	4
47	5	4	4	4	5	4	4
48	3	5	4	5	5	5	4
49	4	4	4	4	4	4	4
50	4	3	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4
53	5	5	5	5	5	5	5
54	5	5	5	5	4	5	5
55	4	4	4	4	4	4	4
56	5	5	5	5	4	5	5
57	5	4	4	4	5	4	4
58	4	5	5	5	5	5	5
59	4	4	4	4	4	4	4
60	4	5	5	5	5	5	5
61	4	4	4	4	4	4	4
62	5	4	4	4	5	4	4
63	4	5	5	5	5	5	5
64	4	4	4	4	4	4	4
65	4	5	5	5	5	5	5
66	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	4	5	5
71	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4
73	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	4	5	5
75	4	5	5	5	4	5	5
76	4	4	4	4	4	4	4
77	5	5	5	5	5	5	5
78	4	4	4	4	4	4	4
79	4	5	5	5	5	5	5
80	4	4	4	4	4	4	4
81	4	5	5	5	5	5	5

No.	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7
82	4	4	4	4	4	4	4
83	4	4	4	4	4	4	4
84	5	4	4	4	5	4	4
85	5	5	5	5	5	5	5
86	4	4	4	4	5	4	4
87	4	4	4	4	4	4	4
88	5	3	4	4	5	4	5
89	4	3	4	4	4	4	4
90	5	5	5	5	5	5	5
91	4	4	5	4	4	4	5
92	4	5	5	5	4	5	5
93	5	4	5	4	5	3	4
94	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4
97	4	5	5	5	4	5	5
98	4	4	4	4	5	4	4
99	4	4	4	5	4	4	5
100	4	4	4	4	5	4	4
101	3	5	5	5	5	5	5
102	4	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	4	4	4	4
104	4	3	3	3	4	3	3
105	4	5	5	4	3	5	5
106	4	4	4	4	4	4	4
107	5	4	4	4	5	4	4
108	4	4	4	4	4	4	5
109	5	4	3	4	5	4	3
110	4	3	4	5	4	3	4
111	4	4	4	4	4	4	4
112	5	4	4	4	5	4	4
113	4	4	4	4	4	4	5
114	4	4	4	4	4	4	4
115	4	3	4	5	4	4	4
116	4	4	4	4	4	4	4
117	4	3	5	5	5	5	4
118	4	4	4	4	4	4	4
119	4	4	4	4	5	4	4
120	3	4	3	4	5	3	4
121	4	4	4	4	4	4	4
122	4	4	4	4	4	4	4
123	4	3	4	4	4	4	4

No.	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7
124	4	4	4	4	3	4	4
125	4	4	4	4	4	4	4
126	4	4	4	4	4	4	4
127	5	4	4	4	5	4	4
128	5	5	5	5	5	5	5
129	4	4	4	4	5	4	4
130	4	4	4	4	4	4	4
131	5	3	4	4	5	4	5
132	4	3	4	4	4	4	4
133	5	5	5	5	5	5	5
134	4	4	5	4	4	4	5
135	4	5	5	5	4	5	5
136	5	4	5	4	5	3	4
137	4	4	4	4	4	4	4
138	4	4	4	4	4	4	4
139	4	4	4	4	4	4	4
140	4	5	5	5	4	5	5
141	4	4	4	4	5	4	4
142	4	4	4	5	4	4	5
143	4	4	4	4	5	4	4
144	3	5	5	5	5	5	5
145	4	4	4	4	4	4	4
146	4	4	4	4	4	4	4
147	4	3	3	3	4	3	3
148	4	5	5	4	3	5	5
149	4	4	4	4	4	4	4
150	4	3	2	2	4	2	4
151	4	2	4	3	2	4	4
152	3	5	5	2	3	3	3
153	5	3	4	4	4	4	5
154	4	3	4	4	4	4	4
155	5	5	5	5	5	5	5
156	5	4	5	4	5	4	5
157	5	5	5	5	5	5	5
158	4	4	5	4	4	3	4
159	4	4	4	4	4	4	4
160	4	4	4	4	4	4	4
161	4	4	4	4	3	4	4
162	5	5	5	5	5	5	5
163	4	4	4	4	4	4	4
164	5	4	4	5	4	4	5
165	4	4	4	4	4	4	4

No.	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7
166	5	5	5	5	5	5	5
167	4	4	4	4	4	4	4
168	4	4	4	4	4	4	4
169	3	3	3	3	3	3	3
170	5	5	5	4	4	5	5
171	4	4	4	4	4	4	4
172	4	4	4	4	4	4	4
173	5	4	4	4	4	4	5
174	3	4	3	4	3	4	3
175	4	3	4	5	4	3	4
176	4	4	4	4	3	4	4
177	4	4	4	4	4	4	4
178	5	4	4	4	4	4	5
179	4	4	4	4	4	4	4
180	4	3	4	5	4	4	4
181	4	4	4	4	4	4	4
182	4	3	5	5	3	5	4
183	4	4	4	4	4	4	4
184	4	4	4	4	4	4	4
185	4	4	3	4	4	3	4
186	4	4	4	4	3	4	4
187	4	4	4	4	4	4	4
188	4	3	4	4	4	4	4
189	4	4	4	4	4	4	4
190	4	4	5	4	5	4	4
191	4	4	4	4	4	4	4
192	5	4	5	4	5	5	5
193	4	3	4	4	4	4	4
194	4	4	4	4	3	4	4
195	4	4	4	4	4	4	4
196	4	3	4	5	4	4	4
197	5	4	4	4	3	4	5
198	4	4	4	5	3	3	4
199	4	4	4	4	4	4	4
200	4	5	4	5	4	5	4
201	4	4	4	4	4	4	4
202	4	3	4	4	3	4	4
203	4	4	4	4	4	4	4
204	4	4	4	4	4	4	4
205	5	5	5	5	5	5	5
206	5	5	5	5	5	5	5
207	4	4	4	4	4	4	4

No.	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7
208	5	5	5	5	4	5	5
209	4	4	4	4	4	4	4
210	5	5	5	5	4	5	5
211	4	4	4	4	4	4	4
212	5	5	5	5	3	5	5
213	4	4	4	4	4	4	4
214	4	4	4	4	4	4	4
215	5	5	5	5	4	5	5
216	4	4	4	4	4	4	4
217	5	5	5	5	3	5	5
218	4	4	4	4	4	4	4
219	4	4	4	4	4	4	4
220	4	4	4	4	4	4	4
221	5	5	5	5	5	5	5
222	5	5	5	5	5	5	5
223	4	4	4	4	4	4	4
224	4	4	4	4	4	4	4
225	5	5	5	5	5	5	5
226	5	5	5	5	5	5	5
227	5	5	5	5	5	5	5
228	4	4	4	4	4	4	4
229	5	5	5	5	4	5	5
230	4	4	4	4	4	4	4
231	5	5	5	5	4	5	5
232	4	4	4	4	4	4	4
233	5	5	5	5	3	5	5
234	4	4	4	4	4	4	4
235	4	4	4	4	4	4	4
236	4	4	4	4	4	4	4
237	5	5	5	5	3	5	5
238	4	4	4	4	4	4	4
239	4	4	4	4	4	4	4
240	5	3	4	4	4	4	5
241	4	3	4	4	4	4	4
242	5	5	5	5	5	5	5
243	5	4	5	4	5	4	5
244	5	5	5	5	4	5	5
245	4	4	5	4	4	3	4
246	4	4	4	4	4	4	4
247	4	4	4	4	4	4	4
248	4	4	4	4	3	4	4
249	5	5	5	5	5	5	5

No.	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7
250	4	4	4	4	4	4	4
251	5	4	4	5	4	4	5
252	4	4	4	4	4	4	4
253	5	5	5	5	5	5	5
254	4	4	4	4	4	4	4
255	4	4	4	4	4	4	4
256	3	3	3	3	3	3	3
257	5	5	5	4	4	5	5
258	4	4	4	4	4	4	4
259	4	4	4	4	4	4	4
260	5	4	4	4	4	4	5
261	3	4	3	4	3	4	3
262	4	3	4	5	4	3	4
263	4	4	4	4	3	4	4
264	4	4	4	4	4	4	4
265	5	4	4	4	4	4	5
266	4	4	4	4	4	4	4
267	4	3	4	5	4	4	4
268	4	4	4	4	4	4	4
269	4	3	5	5	4	5	4
270	4	4	4	4	4	4	4
271	4	4	4	4	4	4	4
272	4	4	3	4	4	3	4
273	4	4	4	4	3	4	4
274	4	4	4	4	4	4	4
275	4	3	4	4	4	4	4
276	4	4	4	4	4	4	4
277	4	4	4	4	4	4	4
278	4	4	4	4	4	4	4
279	4	4	4	4	4	4	4
280	5	5	5	5	5	5	5
281	4	4	4	4	4	4	4
282	4	4	4	4	4	4	4
283	5	3	4	4	4	4	5
284	4	3	4	4	4	4	4
285	5	5	5	5	5	5	5
286	5	4	5	4	5	4	5
287	5	5	5	5	5	5	5
288	4	4	5	4	4	3	4
289	4	4	4	4	4	4	4
290	4	4	4	4	4	4	4
291	4	4	4	4	4	4	4

No.	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7
292	5	5	5	5	5	5	5
293	4	4	4	4	4	4	4
294	5	4	4	5	4	4	5
295	4	4	4	4	4	4	4
296	5	5	5	5	5	5	5
297	4	4	4	4	4	4	4
298	4	4	4	4	4	4	4
299	3	3	3	3	3	3	3
300	5	5	5	4	5	5	5
301	4	4	4	4	4	4	4
302	4	4	3	4	4	4	4
303	5	3	4	4	4	4	5
304	4	3	4	4	4	4	4
305	5	5	5	5	5	5	5
306	5	4	5	4	5	4	5
307	5	5	5	5	4	5	5
308	4	4	5	4	4	3	4
309	4	4	4	4	4	4	4
310	4	4	4	4	4	4	4
311	4	4	4	4	3	4	4
312	5	5	5	5	5	5	5
313	4	4	4	4	4	4	4
314	5	4	4	5	4	4	5
315	4	4	4	4	4	4	4
316	5	5	5	5	5	5	5
317	4	4	4	4	4	4	4
318	4	4	4	4	4	4	4
319	3	3	3	3	3	3	3
320	5	5	5	4	4	5	5
321	4	4	4	4	4	4	4
322	4	4	4	4	4	4	4
323	5	4	4	4	4	4	5
324	3	4	3	4	3	4	3
325	4	3	4	5	4	3	4
326	4	4	4	4	3	4	4
327	4	4	4	4	4	4	4
328	5	4	4	4	4	4	5
329	4	4	4	4	4	4	4
330	4	3	4	5	4	4	4
331	4	4	4	4	4	4	4
332	4	3	5	5	3	5	4
333	4	4	4	4	4	4	4

No.	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7
334	4	4	4	4	4	4	4
335	4	4	3	4	4	3	4
336	4	4	4	4	3	4	4
337	4	4	4	4	4	4	4
338	4	3	4	4	4	4	4
339	4	4	4	4	4	4	4
340	4	4	5	4	5	4	4
341	4	4	4	4	4	4	4
342	5	4	5	4	5	5	5
343	4	3	4	4	4	4	4
344	4	4	4	4	3	4	4
345	4	4	4	4	4	4	4
346	4	3	4	5	4	4	4
347	5	4	4	4	3	4	5
348	4	4	4	5	3	3	4
349	4	4	4	4	4	4	4
350	4	5	4	5	4	5	4
351	4	4	4	4	4	4	4
352	4	3	4	4	3	4	4
353	4	4	4	4	4	4	4
354	4	4	4	4	4	4	4
355	5	5	5	5	5	5	5
356	5	5	5	5	5	5	5
357	4	4	4	4	4	4	4
358	5	5	5	5	4	5	5
359	4	4	4	4	4	4	4
360	5	5	5	5	4	5	5
361	4	4	4	4	4	4	4
362	5	5	5	5	5	5	5
363	4	4	4	4	4	4	4
364	4	4	4	4	4	4	4
365	5	5	5	5	4	5	5
366	4	4	4	4	4	4	4
367	5	5	5	5	5	5	5
368	4	4	4	4	4	4	4
369	4	4	4	4	4	4	4
370	4	4	4	4	4	4	4
371	5	5	5	5	5	5	5
372	5	5	5	5	5	5	5
373	4	4	4	4	4	4	4
374	4	4	4	4	4	4	4
375	5	5	5	5	5	5	5

No.	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	Z.10	Z.11
98	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
101	3	4	3	4	5	5	3	5	5	4	4
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
104	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
105	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
107	4	4	4	3	5	5	5	5	3	4	4
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
112	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5
113	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
114	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
115	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
117	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
119	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
120	3	4	3	4	5	5	3	5	5	4	4
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
123	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3
124	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3
125	5	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
127	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
128	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
130	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
131	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4
132	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
133	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
136	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4
137	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
139	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4

No.	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	Z.10	Z.11
182	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3
183	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
184	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
185	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
186	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
187	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
188	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
189	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
190	3	4	3	4	5	5	3	5	5	4	4
191	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
192	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
193	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
194	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3
195	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
196	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
197	4	3	3	4	4	4	3	5	5	5	5
198	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
199	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
200	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
201	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
202	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
203	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
204	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
205	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4
206	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
207	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
208	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
209	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
210	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4
211	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
212	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
213	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
214	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
215	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4
216	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
217	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
218	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
219	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
220	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
221	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
222	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
223	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5

No.	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	Z.10	Z.11
266	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
267	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
268	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
269	3	4	3	4	5	5	3	5	5	4	4
270	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
271	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
272	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3
273	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3
274	5	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4
275	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
276	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
277	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
278	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
279	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
280	4	4	4	3	5	5	5	5	3	4	4
281	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
282	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
283	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
284	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
285	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3
286	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
287	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
288	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
289	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
290	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5
291	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
292	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
293	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4
294	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
295	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
296	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
297	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3
298	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
299	4	5	4	3	3	3	4	4	5	4	4
300	3	3	3	3	5	4	4	3	4	4	4
301	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	3
302	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3
303	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3
304	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
305	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
306	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4
307	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4

No.	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	Z.10	Z.11
308	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4
309	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4
310	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4
311	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4
312	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4
313	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
314	4	5	3	3	4	3	3	3	3	4	4
315	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
316	4	3	4	3	4	4	3	3	5	4	3
317	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4
318	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3
319	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
320	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
321	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3
322	3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	3
323	3	3	3	3	4	4	4	3	5	5	3
324	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4
325	4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3
326	3	3	3	3	4	3	4	3	5	3	4
327	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3
328	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	3
329	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
330	3	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4
331	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
332	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4
333	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
334	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
335	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
336	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3
337	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4
338	4	5	3	4	3	4	3	4	4	3	4
339	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3
340	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4
341	4	3	3	3	5	3	4	3	4	3	3
342	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
343	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4
344	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4
345	4	4	3	3	5	3	4	4	4	3	3
346	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3
347	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
348	4	5	4	3	5	3	4	4	4	3	4
349	4	4	3	3	4	4	5	3	3	3	4

No.	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	Z.10	Z.11
350	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3
351	4	5	3	4	3	4	5	4	4	3	4
352	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3
353	4	3	4	3	4	4	4	4	5	3	4
354	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4
355	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
356	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4
357	3	3	4	4	5	3	3	4	4	3	4
358	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4
359	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4
360	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4
361	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	4
362	5	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4
363	5	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3
364	5	5	3	4	4	4	4	3	4	5	4
365	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
366	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3
367	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
368	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
369	5	5	5	4	3	4	5	4	4	5	3
370	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3
371	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
372	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
373	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
374	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
375	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
376	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
377	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
378	4	5	4	3	3	4	3	4	3	3	4
379	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4
380	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3
381	4	5	3	3	4	4	4	4	4	3	4
382	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
383	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
384	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
385	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
386	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3
387	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
388	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
389	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
390	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
391	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
114	4	4	4	4	4	4	4	4
115	4	5	5	4	4	4	4	4
116	2	4	4	4	4	4	4	4
117	4	4	4	4	4	4	4	4
118	4	4	4	4	4	4	4	4
119	5	5	4	3	4	4	4	5
120	4	4	4	5	4	5	4	5
121	4	5	5	4	4	4	4	4
122	5	5	5	4	4	4	4	4
123	4	4	4	4	4	4	4	4
124	3	4	4	4	4	4	4	4
125	4	4	4	4	4	4	4	5
126	4	4	4	4	4	4	4	4
127	5	5	5	5	5	5	5	5
128	4	4	4	4	4	5	4	5
129	5	5	5	5	4	5	5	5
130	5	5	5	5	5	5	5	5
131	4	5	5	5	4	4	4	4
132	4	4	4	4	4	4	4	4
133	3	3	3	4	5	5	5	5
134	3	3	3	3	4	4	4	4
135	4	4	4	4	4	4	4	4
136	4	4	4	4	5	4	4	4
137	4	4	4	4	4	4	4	4
138	4	5	4	4	4	4	4	4
139	4	4	4	4	4	4	4	4
140	4	4	4	4	4	4	4	4
141	4	4	4	4	4	4	4	4
142	4	4	4	5	4	4	4	4
143	4	4	4	4	4	4	4	5
144	4	4	4	4	4	5	4	5
145	4	4	4	4	4	4	4	4
146	4	4	4	4	4	4	4	4
147	4	4	5	5	4	4	4	5
148	4	4	4	4	4	4	4	4
149	4	4	4	4	4	5	4	4
150	4	4	4	3	4	4	4	5
151	4	4	4	4	3	4	4	4
152	5	5	5	4	5	5	5	4
153	4	5	4	4	4	5	5	4
154	5	4	4	4	4	4	4	4
155	4	4	4	4	5	5	4	4

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
156	5	5	4	5	4	4	4	5
157	4	4	4	4	4	4	4	5
158	4	4	4	4	4	4	4	4
159	5	5	5	5	5	5	5	5
160	4	4	4	4	4	5	4	4
161	5	5	5	5	4	5	5	5
162	5	5	5	4	5	5	5	5
163	4	5	5	5	5	5	5	5
164	4	4	4	4	4	4	4	5
165	3	3	3	4	4	4	4	3
166	3	3	3	3	3	4	4	5
167	4	4	4	4	4	3	3	5
168	4	4	4	4	4	4	4	5
169	4	4	4	4	4	4	4	5
170	4	5	4	4	4	4	4	4
171	4	4	4	4	4	4	4	4
172	4	4	4	4	4	5	5	5
173	4	4	4	4	4	4	4	5
174	4	4	4	5	4	4	4	5
175	4	4	4	4	4	4	4	4
176	4	4	4	4	4	4	4	4
177	4	4	4	4	4	4	4	5
178	4	4	4	4	4	4	4	4
179	4	4	5	5	5	5	5	4
180	4	4	4	4	4	4	4	4
181	4	4	4	4	4	4	4	5
182	4	4	5	5	5	4	4	5
183	4	4	4	4	4	4	4	4
184	4	4	4	4	4	4	4	4
185	4	4	4	4	4	4	4	4
186	4	4	4	4	4	4	4	5
187	4	4	4	3	4	4	4	4
188	4	4	4	4	4	4	4	5
189	4	4	4	4	4	4	4	5
190	4	5	5	4	4	5	4	5
191	2	4	4	4	4	4	4	5
192	4	4	4	4	4	4	4	5
193	4	4	4	4	4	4	4	4
194	5	5	4	3	4	4	4	4
195	4	4	4	5	4	5	4	4
196	4	5	5	4	4	4	4	5
197	5	5	5	4	4	5	5	5

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
198	4	4	4	4	4	4	4	4
199	3	4	4	4	4	4	4	5
200	4	4	4	4	4	4	4	4
201	4	4	4	4	4	4	4	4
202	5	5	5	5	5	5	5	5
203	4	5	5	5	5	5	5	5
204	4	4	4	4	4	5	5	5
205	5	5	5	5	5	5	5	5
206	5	5	5	4	5	5	5	5
207	4	5	5	5	4	5	5	5
208	5	5	5	5	5	5	5	5
209	5	5	5	5	5	5	5	5
210	5	4	4	4	4	4	4	5
211	5	5	5	4	5	5	5	5
212	4	5	5	5	4	5	5	5
213	5	5	5	5	5	5	5	5
214	5	5	5	5	5	5	5	5
215	5	4	4	4	4	4	4	5
216	4	4	4	4	4	4	4	5
217	4	4	4	4	4	4	4	5
218	5	5	5	5	5	5	5	5
219	4	5	5	5	5	5	5	5
220	4	4	4	4	4	4	4	4
221	4	4	4	4	4	4	4	4
222	5	5	5	5	5	5	5	5
223	4	5	5	5	5	5	5	5
224	4	4	4	3	4	4	4	4
225	4	4	4	4	3	4	4	5
226	5	5	5	4	5	5	5	4
227	4	5	4	4	4	5	5	5
228	5	4	4	4	4	4	4	4
229	4	4	4	4	5	5	4	5
230	5	5	4	5	4	4	4	4
231	4	4	4	4	4	4	4	4
232	4	4	4	4	4	4	4	5
233	5	5	5	5	5	5	5	5
234	4	4	4	4	4	5	4	5
235	5	5	5	5	4	5	5	5
236	5	5	5	4	5	5	5	5
237	4	5	5	5	4	4	4	5
238	4	4	4	4	4	4	4	5
239	3	3	3	4	5	5	5	5

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
282	3	3	3	4	5	5	5	4
283	3	3	3	3	4	4	4	4
284	4	4	4	4	4	4	4	5
285	4	4	4	4	5	4	4	5
286	4	4	4	4	4	4	4	3
287	4	5	4	4	4	4	4	3
288	4	4	4	4	4	4	4	5
289	4	4	4	4	4	4	4	5
290	4	4	4	4	4	4	4	5
291	4	4	4	5	4	4	4	5
292	4	4	4	4	4	4	4	5
293	4	4	4	4	4	5	4	4
294	4	4	4	4	4	4	4	4
295	4	4	4	4	4	4	4	4
296	4	4	5	5	4	4	4	5
297	4	4	4	4	4	4	4	4
298	4	4	4	4	4	5	4	4
299	3	3	5	5	4	5	5	5
300	5	4	5	5	4	5	4	5
301	3	4	4	5	4	3	4	5
302	5	5	4	5	5	3	4	4
303	3	3	5	4	5	5	3	4
304	4	3	3	5	5	5	5	5
305	5	5	5	5	5	5	5	5
306	5	3	3	5	5	5	5	5
307	2	3	4	3	3	3	3	3
308	5	3	5	3	3	4	4	2
309	5	5	5	5	4	5	5	5
310	4	4	5	4	5	5	5	5
311	5	3	3	4	5	5	5	5
312	4	4	5	4	5	4	5	5
313	4	5	4	5	4	3	5	4
314	5	5	5	5	5	4	5	5
315	2	3	5	5	3	4	3	5
316	4	4	4	5	4	5	4	4
317	2	3	3	3	3	2	3	5
318	2	5	3	4	3	4	4	5
319	4	3	3	4	3	4	3	2
320	5	3	5	5	3	4	3	3
321	2	4	5	3	3	5	3	3
322	4	5	5	4	3	3	5	5
323	2	4	5	5	5	4	5	5

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
324	4	4	5	4	4	4	4	5
325	4	4	3	5	4	4	4	5
326	2	5	5	3	3	4	3	2
327	4	4	5	3	4	4	3	3
328	4	4	5	3	5	5	3	4
329	5	4	5	4	4	5	5	5
330	5	4	5	5	5	5	5	5
331	5	5	5	4	5	5	3	5
332	3	3	3	3	3	3	3	3
333	3	3	3	3	3	3	3	3
334	4	4	3	5	4	5	5	4
335	4	4	5	4	4	4	4	5
336	3	3	4	4	5	4	4	3
337	2	3	4	4	4	4	5	3
338	5	4	5	5	5	5	5	5
339	2	3	3	2	3	3	2	2
340	5	4	4	5	5	5	5	5
341	2	2	3	3	2	3	3	3
342	2	3	2	3	3	2	2	3
343	2	3	3	2	3	2	3	2
344	2	3	2	2	3	2	2	3
345	4	3	4	3	2	2	3	3
346	5	3	4	3	5	5	3	3
347	4	4	4	3	3	5	5	4
348	2	3	5	5	5	4	4	3
349	3	5	5	4	3	5	5	3
350	5	3	3	4	3	5	5	4
351	5	3	3	4	3	4	5	5
352	5	4	3	5	3	4	4	3
353	4	4	3	3	5	5	4	4
354	3	5	3	5	4	5	4	5
355	3	3	4	5	4	3	3	5
356	5	3	3	4	5	3	5	5
357	5	4	4	5	5	5	4	5
358	2	3	3	3	2	3	2	2
359	2	3	2	2	3	3	3	2
360	3	3	3	5	4	3	5	3
361	2	3	3	3	3	4	4	4
362	5	4	4	4	3	3	3	3
363	5	3	5	4	3	5	5	3
364	4	5	4	3	3	3	4	3
365	3	5	4	3	5	3	5	4

LAMPIRAN 3: HASIL ANALISIS DATA

A. Outer Model

Outer Loadings

	Brand Loyalty	Customer Engagement	Social Media Marketing
X.1			0,754
X.2			0,767
X.3			0,838
X.4			0,778
X.5			0,708
X.6			0,826
X.7			0,828
Y.1	0,726		
Y.2	0,753		
Y.3	0,756		
Y.4	0,717		
Y.5	0,772		
Y.6	0,795		
Y.7	0,836		
Y.8	0,731		
Z.1		0,710	
Z.2		0,731	
Z.3		0,731	
Z.4		0,716	
Z.5		0,734	
Z.6		0,765	
Z.7		0,726	
Z.8		0,801	
Z.9		0,749	
Z.10		0,725	
Z.11		0,710	

Construct Validity and Reliability

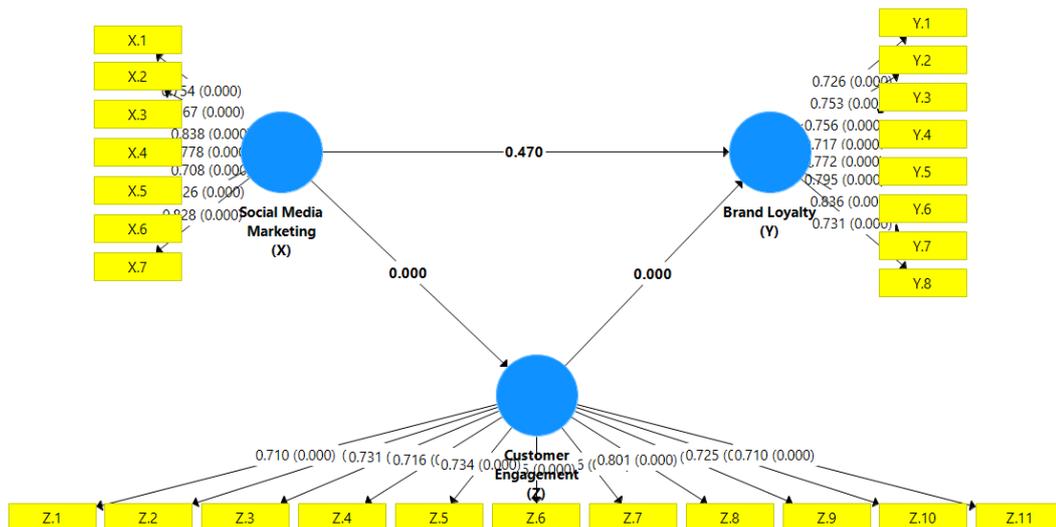
	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Brand Loyalty	0,896	0,902	0,917	0,580
Customer Engagement	0,916	0,917	0,929	0,543
Social Media Marketing	0,901	0,932	0,919	0,619

B. Inner Model

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Brand Loyalty	0,282	0,279
Customer Engagement	0,078	0,075

Path Analysis



Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
<i>Customer Engagement (Z) -> Brand Loyalty (Y)</i>	0,519	0,525	0,059	8,757	0,000
<i>Social Media Marketing (X) -> Brand Loyalty (Y)</i>	0,038	0,039	0,053	0,724	0,470
<i>Social Media Marketing (X) -> Customer Engagement (Z)</i>	0,279	0,291	0,044	6,410	0,000

Specific Indirect Effects

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
<i>Social Media Marketing (X) -> Customer Engagement (Z) -> Brand Loyalty (Y)</i>	0,145	0,153	0,030	4,481	0,000

LAMPIRAN 4: BIODATA PENULIS

IDENTITAS DIRI

Nama Lengkap : Ammartia Kirana
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 18 Mei 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jl. Muhammad Jufri IX No. 15
No. Telepon : 081524749129
Email : ammartiak@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Pendidikan Formal
 - a. 2006 – 2012 : SDN 025281 Binjai Utara
 - b. 2012 – 2015 : SMPN 11 Binjai
 - c. 2015 – 2018 : SMAN 3 Binjai
 - d. 2018 – 2024 : S1 Manajemen, Universitas Hasanuddin
2. Pendidikan Non Formal
 - a. Latihan Kepemimpinan Mahasiswa Manajemen Immaj FEB-UH
Periode 2018-2019

PENGALAMAN ORGANISASI

1. Pengurus Departemen Hubungan Masyarakat Senat Mahasiswa Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Periode 2020-2021