

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Responden Yth.

Saya ingin memohon kesediaan waktu saudara/i untuk mengisi kuesioner ini, guna mengumpulkan data dalam rangka penelitian yang sedang saya lakukan mengenai kohesi sosial dan perilaku konsumen official merchandise K-pop. Saya menjamin kerahasiaan data yang diberikan, dan semua informasi yang diberikan pada kuesioner ini tidak akan dipublikasikan. Seluruh data dalam kuesioner ini hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis dalam penelitian saya.

Kami sangat mengharapkan partisipasi saudara/i dalam penelitian ini karena akan sangat bermanfaat bagi kemajuan penelitian akademis. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Pertanyaan Saringan

1. Apakah Anda pernah membeli official merchandise K-pop?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Pertanyaan Demografis

1. Jenis Kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Usia
 - a. < 17 tahun
 - b. 17 - 22 tahun
 - c. 23 - 28 tahun
 - d. 29 - 34 tahun
 - e. > 34 tahun

3. Pekerjaan

- a. Karyawan Swasta
- b. Pegawai Negeri Sipil
- c. Wiraswasta
- d. *Freelance*
- e. Ibu Rumah Tangga
- f. Pelajar/Mahasiswa
- g. Lainnya ...

4. Domisili

- a. DKI Jakarta
- b. Bogor
- c. Depok
- d. Tangerang
- e. Bekasi
- f. Semarang
- g. Solo
- h. Yogyakarta
- i. Surabaya
- j. Bali
- k. Manado
- l. Medan
- m. Palembang
- n. Papua
- o. NTT
- p. NTB
- q. Lainnya ...



5. *Range* pengeluaran per bulan

- a. < Rp 1.000.000
- b. Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000
- c. Rp 5.000.000 - Rp 10.000.000
- d. Rp 10.000.000 - Rp 15.000.000
- e. > Rp 15.000.000

6. Sumber pendapatan
 - a. Uang saku
 - b. Gaji
 - c. *Freelance*
 - d. Pendapatan usaha
 - e. Lainnya ...

Pertanyaan Perilaku

1. Sudah berapa lama Anda menjadi penggemar K-pop?
 - a. < 1 tahun
 - b. 1 - 4 tahun
 - c. 5 - 8 tahun
 - d. 9 - 12 tahun
 - e. > 12 tahun
2. Berapa idola/grup K-pop yang Anda gemari saat ini?
 - a. < 2
 - b. 2 - 4
 - c. 5 - 7
 - d. 8 - 10
 - e. > 10
3. Berapa rata-rata frekuensi Anda membeli *official merchandise* K-pop setiap bulannya?
 - a. < 2 kali
 - b. 2 - 5 kali
 - c. 6 - 10 kali
 - d. 11 - 15 kali
 - e. > 15 kali
4. Berapa rata-rata total biaya yang biasanya Anda keluarkan untuk membeli *official merchandise* K-pop dalam satu kali transaksi?
 - a. < Rp 200.000
 - b. Rp 200.000 - Rp 500.000



- c. Rp 500.000 - Rp 1.000.000
 - d. Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000
 - e. Rp 2.000.000 - Rp 5.000.000
 - f. > Rp 5.000.000
5. Apa saja jenis *official merchandise* K-pop yang pernah Anda beli?
- a. Album
 - b. *Lightstick*
 - c. *Photocard*
 - d. Poster
 - e. Produk *fashion* (pakaian, *jewelery*, dsb)
 - f. *Tumblr*
 - g. Aksesoris (*case* hp, gantungan kunci, dsb)
 - h. Lainnya ...
6. Berapa harga *official merchandise* K-pop termahal yang pernah Anda beli?
Contoh jawaban: 1.000.000
7. Berapa jumlah *official merchandise* K-pop terbanyak yang pernah Anda beli dalam satu kali transaksi?
Contoh jawaban: 10
8. Berapa total biaya terbanyak yang pernah Anda keluarkan untuk membeli *official merchandise* K-pop dalam satu kali transaksi?
Contoh jawaban: 5.000.000
9. Darimanakah Anda mendapatkan informasi mengenai produk *official merchandise* K-pop?
- a. Teman/kenalan
 - b. Keluarga
 - c. Sosial media
 - d. Website *official merchandise*
 - e. *E-commerce*
 - f. Lainnya ...

Pertanyaan Skala Likert

Silakan menjawab pernyataan di bawah dengan jawaban berupa skala, keterangan skala jawaban adalah sebagai berikut:

1: Sangat Tidak Setuju

2: Tidak Setuju

3: Ragu-Ragu

4: Setuju

5: Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
Variabel Keputusan Membeli						
1	Saya membeli <i>official merchandise</i> K-pop karena kualitas yang baik.					
2	Saya membeli <i>official merchandise</i> K-pop karena yakin akan sesuai dengan harapan saya.					
3	Saya membeli <i>official merchandise</i> K-pop tanpa mempertimbangkan fungsinya.					
4	Saya membeli <i>official merchandise</i> K-pop setelah mendapat rekomendasi dari teman atau anggota keluarga.					
5	Saya membeli <i>official merchandise</i> K-pop tanpa mempertimbangkan harganya.					
6	Saya akan memberikan referensi produk <i>official merchandise</i> K-pop tanpa diminta.					
7	Saya akan memberikan referensi produk <i>official merchandise</i> K-pop kepada teman atau keluarga.					
8	Saya sering melakukan pembelian ulang produk <i>official merchandise</i> K-pop.					

9	Saya merencanakan akan membeli ulang <i>official merchandise</i> K-pop dalam waktu dekat ini.					
10	Saya terus-menerus membeli produk <i>official merchandise</i> K-pop sebagai bentuk rasa suka terhadap idola saya.					
Variabel Emosional						
11	Saya merasa nyaman berbelanja produk <i>official merchandise</i> K-pop di tempat saya biasa membeli.					
12	Saya merasa puas akan layanan yang diberikan oleh toko <i>official merchandise</i> K-pop di mana saya biasa membeli.					
13	Saya merasa senang saat berbelanja produk <i>official merchandise</i> K-pop di tempat saya biasa membeli.					
14	Saya tertarik pada produk <i>official merchandise</i> K-pop setelah melihatnya di media display toko <i>online/offline official merchandise</i> K-pop.					
15	Saya aktif berinteraksi untuk menanyakan dan berdiskusi perihal produk yang ingin saya beli.					
Variabel Sosial						
16	Saya tertarik untuk membeli produk <i>official merchandise</i> K-pop setelah direkomendasikan oleh teman/kenalan saya.					
17	Saya sering mencari rekomendasi atau ulasan produk dari teman/kenalan saya.					
18	Anggota keluarga saya suka membeli produk <i>official merchandise</i> K-pop.					
19	Saya sering bertanya kepada keluarga sebelum membeli produk <i>official merchandise</i> K-pop.					

20	Saya bangga mendapat label sebagai seorang penggemar K-pop.					
21	Dengan membeli produk <i>official merchandise</i> K-pop, saya merasa lebih diakui keberadaannya sebagai penggemar K-pop.					
Variabel Kualitas						
22	Produk <i>official merchandise</i> K-pop yang saya beli dapat bekerja sesuai dengan fungsinya dengan baik.					
23	Kinerja produk <i>official merchandise</i> yang saya beli sangat sesuai dengan standar dan ekspektasi saya.					
24	Produk <i>official merchandise</i> yang saya beli tahan lama dan tidak mudah/cepat rusak.					
25	Banyak fitur/manfaat yang saya dapatkan dari produk <i>official merchandise</i> yang saya beli.					
26	Saya sangat puas terhadap fitur/manfaat dari produk <i>official merchandise</i> yang saya beli.					
27	Produk <i>official merchandise</i> yang saya beli memiliki desain yang sangat menarik.					
28	Produk <i>official merchandise</i> yang saya beli memiliki kualitas pengemasan yang sangat baik dan estetis (cetakan, warna, tekstur).					
Variabel Fungsional						
29	Menurut saya, harga produk <i>official merchandise</i> K-pop lebih mahal dibandingkan dengan produk sejenis.					
30	Produk <i>official merchandise</i> K-pop memiliki nilai tambah sehingga harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diterima.					

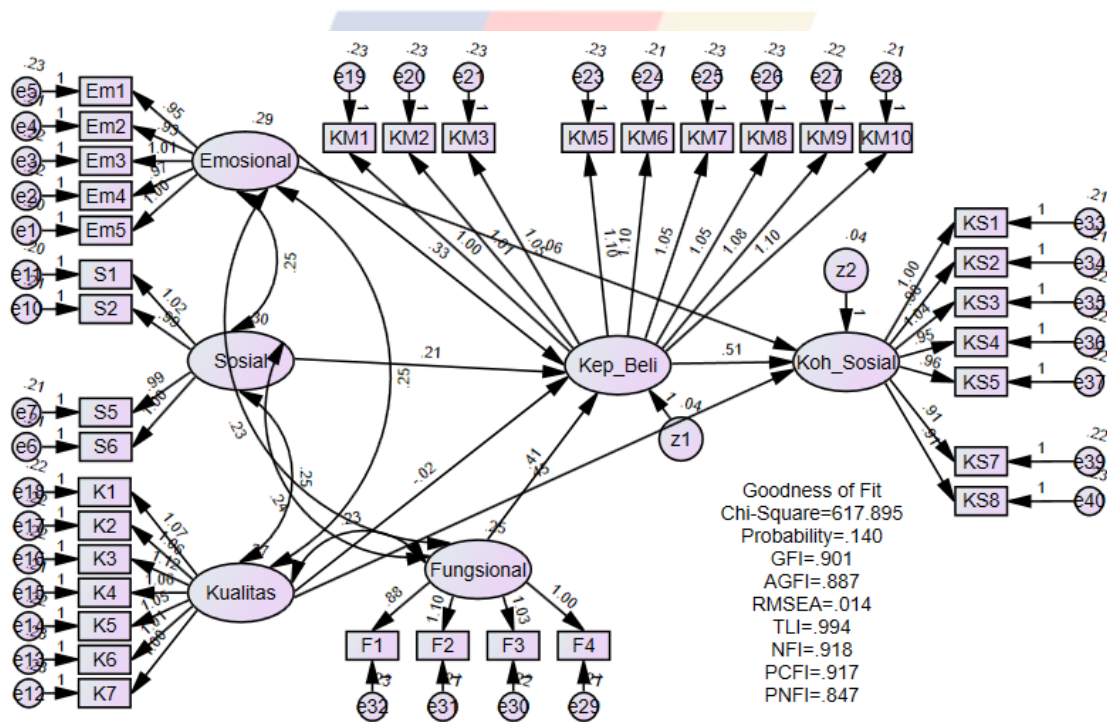
31	Manfaat dari produk <i>official merchandise</i> K-pop yang saya beli sesuai dengan kebutuhan saya.					
32	Produk <i>official merchandise</i> K-pop yang saya beli dapat secara efektif memenuhi kebutuhan saya.					
Variabel Kohesi Sosial						
33	Dengan aktif mengikuti perkembangan K-pop dan berinteraksi dengan penggemar lainnya, saya merasa menjadi bagian dari komunitas K-pop.					
34	Saya aktif mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh komunitas penggemar K-pop.					
35	Saya merasa diterima dalam komunitas penggemar K-pop.					
36	Saya mengetahui dan mengikuti nilai-nilai yang diyakini oleh penggemar K-pop. (misal, sebaiknya saya membeli album dan streaming MV agar idola saya dapat mencapai penghargaan di dunia hiburan; sebaiknya saya tidak mengungkit rumor buruk terkait idola saya di media sosial; dan sebagainya).					
37	Saya merasa terdorong untuk mencapai nilai dan tujuan bersama dengan penggemar lain. (misal, mencapai target <i>views</i> MV dalam periode tertentu, dll)					
38	Saya yakin dan percaya bahwa saya dan penggemar lain memiliki komitmen yang sama dalam mendukung idola yang digemari.					
39	Saya merasa memiliki hubungan yang erat dengan penggemar lain.					

40	Saya merasa terdapat kolaborasi dan interaksi yang kuat antar penggemar K-pop dalam mendukung idola yang digemari.					
----	--	--	--	--	--	--

Terima kasih telah meluangkan waktu Anda untuk mengisi kuesioner ini. Semoga dapat bermanfaat bagi kita semua.

Lampiran 2 Hasil Output dengan AMOS

Model Penelitian



Assesment of Normality

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KS8	2.000	5.000	-1.133	-8.092	1.960	6.998
KS7	2.000	5.000	-1.156	-8.252	1.767	6.309
KS5	2.000	5.000	-1.222	-8.728	2.022	7.220

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
KS4	2.000	5.000	-1.293	-9.236	2.125	7.588
KS3	2.000	5.000	-1.392	-9.939	2.330	8.321
KS2	2.000	5.000	-1.209	-8.637	1.862	6.648
KS1	2.000	5.000	-1.339	-9.565	2.288	8.170
F1	2.000	5.000	-1.002	-7.157	.844	3.014
F2	2.000	5.000	-1.298	-9.269	2.236	7.984
F3	2.000	5.000	-1.226	-8.755	1.806	6.450
F4	2.000	5.000	-1.073	-7.665	1.405	5.017
KM10	2.000	5.000	-1.305	-9.321	2.201	7.859
KM9	2.000	5.000	-1.157	-8.265	1.961	7.001
KM8	2.000	5.000	-1.119	-7.992	1.490	5.319
KM7	2.000	5.000	-1.251	-8.936	1.973	7.045
KM6	2.000	5.000	-1.308	-9.340	1.973	7.045
KM5	2.000	5.000	-1.244	-8.883	1.793	6.401
KM3	2.000	5.000	-1.118	-7.985	1.641	5.860
KM2	2.000	5.000	-1.203	-8.592	1.932	6.899
KM1	2.000	5.000	-1.312	-9.369	2.154	7.690
K1	1.000	5.000	-1.445	-10.319	2.930	10.462
K2	1.000	5.000	-1.429	-10.203	2.828	10.098
K3	1.000	5.000	-1.514	-10.814	2.918	10.419
K4	1.000	5.000	-1.365	-9.749	2.750	9.820
K5	1.000	5.000	-1.373	-9.803	2.758	9.848
K6	1.000	5.000	-1.328	-9.482	2.819	10.065
K7	1.000	5.000	-1.369	-9.776	2.835	10.125
S1	2.000	5.000	-1.302	-9.301	2.039	7.280
S2	2.000	5.000	-1.259	-8.989	2.197	7.844

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
S5	2.000	5.000	-1.239	-8.848	2.097	7.486
S6	2.000	5.000	-1.172	-8.371	1.893	6.758
Em1	2.000	5.000	-1.214	-8.672	2.015	7.195
Em2	2.000	5.000	-1.097	-7.834	1.749	6.244
Em3	2.000	5.000	-1.388	-9.909	2.283	8.151
Em4	2.000	5.000	-1.410	-10.071	2.330	8.320
Em5	2.000	5.000	-1.246	-8.901	2.046	7.306
Multivariate					3.515	.588

Mahalanobis Distance

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
234	65.453	.002	.445
305	63.082	.003	.287
306	62.508	.004	.125
302	59.764	.008	.210
252	55.831	.019	.673
159	53.298	.032	.923
146	53.082	.033	.882
175	52.067	.041	.931
294	51.638	.044	.926
174	51.522	.045	.887
216	51.169	.048	.878
285	50.855	.051	.866
201	50.751	.052	.817
303	50.544	.055	.786

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
300	49.823	.063	.865
145	49.498	.066	.868
189	48.446	.080	.962
217	47.143	.101	.997
86	46.687	.109	.998
134	45.763	.128	1.000
284	45.510	.133	1.000
93	45.226	.139	1.000
74	45.079	.143	1.000
92	44.922	.146	1.000
270	44.011	.169	1.000
184	43.751	.176	1.000
237	43.719	.176	1.000
65	43.602	.180	1.000
222	43.488	.183	1.000
274	43.468	.183	1.000
119	43.311	.188	1.000
12	43.150	.192	1.000
109	43.067	.195	1.000
125	42.407	.214	1.000
54	42.223	.220	1.000
90	41.799	.233	1.000
66	41.666	.238	1.000
107	41.552	.242	1.000
231	41.528	.242	1.000
137	41.378	.247	1.000

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
67	41.365	.248	1.000
214	41.321	.249	1.000
4	41.211	.253	1.000
21	41.169	.255	1.000
185	41.088	.257	1.000
79	41.028	.260	1.000
230	40.999	.261	1.000
260	40.961	.262	1.000
198	40.899	.264	1.000
37	40.855	.266	1.000
38	40.797	.268	1.000
250	40.601	.275	1.000
280	40.593	.275	1.000
115	40.566	.276	1.000
301	40.475	.279	1.000
240	40.475	.279	1.000
25	40.452	.280	1.000
135	40.385	.283	1.000
155	40.349	.284	1.000
206	40.300	.286	1.000
194	40.274	.287	1.000
13	40.210	.289	1.000
259	40.173	.291	1.000
209	40.168	.291	1.000
101	40.154	.291	.999
244	40.016	.296	.999

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
98	40.009	.297	.999
123	40.000	.297	.999
263	39.882	.302	.999
246	39.852	.303	.998
148	39.832	.303	.998
89	39.791	.305	.997
172	39.730	.307	.997
220	39.702	.308	.996
169	39.685	.309	.994
267	39.671	.310	.992
211	39.578	.313	.992
271	39.547	.315	.990
153	39.474	.317	.990
29	39.460	.318	.987
289	39.410	.320	.985
221	39.392	.321	.980
227	39.373	.321	.975
251	39.353	.322	.969
143	39.291	.325	.966
45	39.290	.325	.956
44	39.271	.325	.946
297	39.214	.328	.942
32	39.055	.334	.953
2	39.019	.336	.946
103	38.794	.345	.966
288	38.774	.346	.958

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
51	38.712	.348	.955
28	38.687	.349	.947
1	38.683	.349	.933
3	38.680	.350	.916
190	38.550	.355	.927
195	38.507	.357	.919
129	38.388	.362	.928
199	38.333	.364	.923

Notes for Model

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 666

Number of distinct parameters to be estimated: 85

Degrees of freedom (666 - 85): 581

Result (Default model)

Minimum was achieved

Chi-square = 617.895

Degrees of freedom = 581

Probability level = .140

Estimates

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Kep_Beli	<---	Emosional	.332	.105	3.162	.002	par_31
Kep_Beli	<---	Sosial	.208	.104	2.006	.045	par_32
Kep_Beli	<---	Kualitas	-.023	.147	-.158	.874	par_33
Kep_Beli	<---	Fungsional	.408	.136	3.006	.003	par_34
Koh_Sosial	<---	Kep_Beli	.506	.102	4.945	***	par_35
Koh_Sosial	<---	Kualitas	.445	.115	3.858	***	par_42
Koh_Sosial	<---	Emosional	.064	.117	.548	.583	par_43
Em5	<---	Emosional	1.000				
Em4	<---	Emosional	.965	.071	13.541	***	par_1
Em3	<---	Emosional	1.006	.073	13.762	***	par_2
Em2	<---	Emosional	.931	.070	13.353	***	par_3
Em1	<---	Emosional	.952	.072	13.271	***	par_4
S6	<---	Sosial	1.000				
S5	<---	Sosial	.995	.072	13.805	***	par_5
S2	<---	Sosial	.986	.072	13.740	***	par_6
S1	<---	Sosial	1.016	.072	14.076	***	par_7
K7	<---	Kualitas	1.000				
K6	<---	Kualitas	1.007	.077	13.056	***	par_8
K5	<---	Kualitas	1.053	.078	13.521	***	par_9
K4	<---	Kualitas	1.060	.078	13.625	***	par_10
K3	<---	Kualitas	1.123	.081	13.878	***	par_11
K2	<---	Kualitas	1.060	.078	13.536	***	par_12
K1	<---	Kualitas	1.074	.079	13.552	***	par_13
KM1	<---	Kep_Beli	1.000				
KM2	<---	Kep_Beli	1.007	.081	12.502	***	par_14

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KM3	<---	Kep_Beli	1.053	.082	12.771	***	par_15
KM5	<---	Kep_Beli	1.102	.084	13.070	***	par_16
KM6	<---	Kep_Beli	1.096	.083	13.211	***	par_17
KM7	<---	Kep_Beli	1.046	.082	12.743	***	par_18
KM8	<---	Kep_Beli	1.046	.083	12.668	***	par_19
KM9	<---	Kep_Beli	1.078	.083	13.050	***	par_20
KM10	<---	Kep_Beli	1.103	.083	13.249	***	par_21
F4	<---	Fungsional	1.000				
F3	<---	Fungsional	1.031	.083	12.489	***	par_22
F2	<---	Fungsional	1.097	.084	13.056	***	par_23
F1	<---	Fungsional	.884	.077	11.493	***	par_24
KS1	<---	Koh_Sosial	1.000				
KS2	<---	Koh_Sosial	.977	.071	13.820	***	par_25
KS3	<---	Koh_Sosial	1.042	.074	14.138	***	par_26
KS4	<---	Koh_Sosial	.949	.070	13.475	***	par_27
KS5	<---	Koh_Sosial	.962	.071	13.530	***	par_28
KS7	<---	Koh_Sosial	.906	.069	13.200	***	par_29
KS8	<---	Koh_Sosial	.911	.070	13.081	***	par_30

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
Kep_Beli	<---	Emosional	.359
Kep_Beli	<---	Sosial	.227
Kep_Beli	<---	Kualitas	-.024
Kep_Beli	<---	Fungsional	.403
Koh_Sosial	<---	Kep_Beli	.467

		Estimate
Koh_Sosial	<--- Kualitas	.429
Koh_Sosial	<--- Emosional	.064
Em5	<--- Emosional	.769
Em4	<--- Emosional	.748
Em3	<--- Emosional	.758
Em2	<--- Emosional	.739
Em1	<--- Emosional	.735
S6	<--- Sosial	.767
S5	<--- Sosial	.767
S2	<--- Sosial	.764
S1	<--- Sosial	.780
K7	<--- Kualitas	.737
K6	<--- Kualitas	.740
K5	<--- Kualitas	.764
K4	<--- Kualitas	.770
K3	<--- Kualitas	.783
K2	<--- Kualitas	.765
K1	<--- Kualitas	.766
KM1	<--- Kep_Beli	.720
KM2	<--- Kep_Beli	.726
KM3	<--- Kep_Beli	.742
KM5	<--- Kep_Beli	.758
KM6	<--- Kep_Beli	.766
KM7	<--- Kep_Beli	.740
KM8	<--- Kep_Beli	.736
KM9	<--- Kep_Beli	.757

			Estimate
KM10	<---	Kep_Beli	.768
F4	<---	Fungsional	.733
F3	<---	Fungsional	.734
F2	<---	Fungsional	.766
F1	<---	Fungsional	.677
KS1	<---	Koh_Sosial	.763
KS2	<---	Koh_Sosial	.757
KS3	<---	Koh_Sosial	.772
KS4	<---	Koh_Sosial	.741
KS5	<---	Koh_Sosial	.743
KS7	<---	Koh_Sosial	.728
KS8	<---	Koh_Sosial	.722

Covariances: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Emosional	<--> Sosial	.250	.029	8.618	***	par_36
Sosial	<--> Kualitas	.254	.029	8.694	***	par_37
Kualitas	<--> Fungsional	.233	.027	8.543	***	par_38
Sosial	<--> Fungsional	.235	.028	8.495	***	par_39
Emosional	<--> Fungsional	.227	.027	8.416	***	par_40
Emosional	<--> Kualitas	.255	.029	8.754	***	par_41

Correlations: (Group number 1 - Default model)

		Estimate
Emosional	<--> Sosial	.844
Sosial	<--> Kualitas	.887

			Estimate
Kualitas	<-->	Fungsional	.900
Sosial	<-->	Fungsional	.869
Emosional	<-->	Fungsional	.845
Emosional	<-->	Kualitas	.897

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Emosional	.294	.038	7.735	***	par_44
Sosial	.299	.039	7.674	***	par_45
Kualitas	.274	.037	7.379	***	par_46
Fungsional	.245	.034	7.177	***	par_47
z1	.040	.008	5.215	***	par_48
z2	.043	.008	5.325	***	par_49
e1	.203	.019	10.634	***	par_50
e2	.216	.020	10.855	***	par_51
e3	.220	.020	10.752	***	par_52
e4	.212	.019	10.935	***	par_53
e5	.227	.021	10.969	***	par_54
e6	.209	.020	10.480	***	par_55
e7	.208	.020	10.483	***	par_56
e10	.208	.020	10.522	***	par_57
e11	.199	.019	10.312	***	par_58
e12	.230	.020	11.408	***	par_59
e13	.230	.020	11.392	***	par_60
e14	.217	.019	11.235	***	par_61
e15	.212	.019	11.196	***	par_62

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e16	.219	.020	11.091	***	par_63
e17	.218	.019	11.230	***	par_64
e18	.223	.020	11.224	***	par_65
e19	.234	.020	11.523	***	par_66
e20	.229	.020	11.494	***	par_67
e21	.229	.020	11.414	***	par_68
e23	.226	.020	11.312	***	par_69
e24	.213	.019	11.258	***	par_70
e25	.228	.020	11.422	***	par_71
e26	.234	.020	11.446	***	par_72
e27	.218	.019	11.319	***	par_73
e28	.213	.019	11.243	***	par_74
e29	.211	.020	10.713	***	par_75
e30	.223	.021	10.708	***	par_76
e31	.208	.020	10.315	***	par_77
e32	.226	.020	11.183	***	par_78
e33	.212	.019	11.056	***	par_79
e34	.210	.019	11.105	***	par_80
e35	.217	.020	10.980	***	par_81
e36	.219	.019	11.224	***	par_82
e37	.221	.020	11.206	***	par_83
e39	.215	.019	11.309	***	par_84
e40	.225	.020	11.343	***	par_85

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Kep_Beli	.840
Koh_Sosial	.853
KS8	.521
KS7	.530
KS5	.553
KS4	.549
KS3	.596
KS2	.573
KS1	.582
F1	.459
F2	.587
F3	.539
F4	.538
KM10	.590
KM9	.573
KM8	.541
KM7	.548
KM6	.587
KM5	.575
KM3	.550
KM2	.528
KM1	.519
K1	.587
K2	.585
K3	.613
K4	.592

	Estimate
K5	.584
K6	.548
K7	.544
S1	.608
S2	.583
S5	.588
S6	.588
Em1	.540
Em2	.546
Em3	.575
Em4	.559
Em5	.591

Matrices (Group number 1 - Default model)

Factor Score Weights (Group number 1 - Default model)

	KS8	KS7	KS5	KS4	KS3	KS2	KS1	F1	F2	F3	F4
Fungsional	.007	.007	.008	.008	.008	.008	.008	.091	.123	.108	.111
Kualitas	.014	.014	.015	.015	.016	.016	.016	.019	.025	.022	.023
Sosial	.006	.006	.006	.006	.007	.007	.007	.017	.023	.020	.021
Emosional	.009	.009	.010	.010	.011	.010	.010	.007	.009	.008	.008
Kep_Beli	.014	.014	.015	.015	.016	.016	.016	.014	.018	.016	.017
Koh_Sosial	.082	.085	.088	.088	.097	.094	.096	.007	.009	.008	.008

	KM10	KM9	KM8	KM7	KM6	KM5	KM3	KM2	KM1
Fungsional	.018	.017	.016	.016	.018	.017	.016	.015	.015
Kualitas	.003	.003	.003	.003	.003	.003	.003	.003	.003
Sosial	.014	.013	.012	.012	.013	.013	.012	.012	.011
Emosional	.015	.014	.013	.013	.015	.014	.013	.013	.012

	KM10	KM9	KM8	KM7	KM6	KM5	KM3	KM2	KM1
Kep_Beli	.076	.072	.065	.067	.075	.071	.067	.064	.063
Koh_Sosial	.018	.017	.015	.016	.018	.017	.016	.015	.015

	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7
Fungsional	.023	.023	.025	.024	.023	.021	.021
Kualitas	.078	.079	.084	.081	.079	.071	.071
Sosial	.021	.021	.022	.022	.021	.019	.019
Emosional	.022	.022	.024	.023	.022	.020	.020
Kep_Beli	.003	.003	.003	.003	.003	.003	.003
Koh_Sosial	.016	.017	.018	.017	.017	.015	.015

	S1	S2	S5	S6	Em1	Em2	Em3	Em4	Em5
Fungsional	.022	.021	.021	.021	.007	.008	.008	.008	.008
Kualitas	.022	.020	.021	.021	.019	.020	.021	.021	.023
Sosial	.141	.131	.132	.132	.011	.012	.012	.012	.013
Emosional	.014	.013	.013	.013	.104	.109	.114	.111	.123
Kep_Beli	.013	.012	.013	.013	.012	.013	.013	.013	.014
Koh_Sosial	.008	.007	.007	.007	.009	.010	.010	.010	.011

Modification Indices

Modification Indices (Group number 1 - Default model)

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	M.I.	Par Change
z2 <--> Kualitas	4.034	-.009
z2 <--> Sosial	8.067	.016
e37 <--> Fungsional	5.448	.021
e36 <--> e37	4.347	-.029
e34 <--> Kualitas	4.684	-.016

	M.I.	Par Change
e31 <--> e37	5.869	.033
e29 <--> e40	4.108	-.028
e27 <--> e37	7.937	-.039
e25 <--> e40	4.386	.029
e25 <--> e37	4.364	.029
e25 <--> e28	5.164	.031
e23 <--> e27	4.524	.029
e23 <--> e25	4.456	-.030
e21 <--> z1	6.771	.020
e21 <--> e33	6.020	-.034
e21 <--> e32	4.522	-.030
e20 <--> e40	4.478	-.030
e20 <--> e25	4.587	-.030
e20 <--> e21	5.209	.032
e19 <--> e37	4.259	-.029
e18 <--> Sosial	5.829	-.023
e18 <--> e36	8.201	-.040
e18 <--> e31	4.381	.029
e18 <--> e20	4.027	.028
e17 <--> e37	4.549	-.029
e16 <--> e19	4.861	-.031
e15 <--> z2	4.433	-.017
e15 <--> e39	4.273	-.028
e12 <--> e29	4.604	-.030
e12 <--> e26	7.416	-.039
e12 <--> e25	4.952	.031

	M.I.	Par Change
e12 <--> e23	4.470	-.030
e12 <--> e19	4.286	.029
e11 <--> e34	7.234	.036
e11 <--> e27	6.211	-.033
e6 <--> e33	5.341	.031
e5 <--> e15	9.835	-.043
e5 <--> e10	4.730	-.031
e4 <--> e20	5.007	-.031
e4 <--> e19	4.061	-.028
e3 <--> e26	5.944	-.035
e2 <--> Sosial	4.532	.021
e2 <--> e23	4.215	-.029
e2 <--> e19	8.947	.042
e1 <--> z2	4.774	-.018
e1 <--> e40	5.735	-.033
e1 <--> e21	5.660	-.033

Variances: (Group number 1 - Default model)

	M.I.	Par Change

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	M.I.	Par Change
KS5 <--- F2	4.234	.082
KM8 <--- K7	4.287	-.084
KM3 <--- F1	4.503	-.093
KM1 <--- Em4	4.366	.085

			M.I.	Par Change
K1	<---	KS4	4.013	-.081
K4	<---	Em1	4.727	-.085
Em4	<---	KM1	5.332	.093
Em5	<---	KS8	4.083	-.081

Model Fit

Model Fit Summary

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	85	617.895	581	.140	1.064
Saturated model	666	.000	0		
Independence model	36	7571.528	630	.000	12.018

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.014	.901	.887	.786
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.247	.101	.050	.096

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.918	.912	.995	.994	.995
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	.922	.847	.917
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	1.000	.000	.000

NCP

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	36.895	.000	100.649
Saturated model	.000	.000	.000
Independence model	6941.528	6664.535	7224.984

FMIN

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	2.026	.121	.000	.330
Saturated model	.000	.000	.000	.000
Independence model	24.825	22.759	21.851	23.688

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.014	.000	.024	1.000
Independence model	.190	.186	.194	.000

AIC

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	787.895	811.365	1104.400	1189.400
Saturated model	1332.000	1515.896	3811.908	4477.908
Independence model	7643.528	7653.468	7777.577	7813.577

ECVI

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	2.583	2.462	2.792	2.660
Saturated model	4.367	4.367	4.367	4.970
Independence model	25.061	24.153	25.990	25.093

HOELTER

Model	HOELTER	
	.05	.01
Default model	316	328
Independence model	28	29

