

## **BAB IV**

### **Kesimpulan dan Saran**

#### **4.1 Kesimpulan**

Hasil temuan dari penelitian tentang dampak Electronic Word of Mouth dan Pemasaran Media Sosial terhadap keputusan pembelian memungkinkan disimpulkan yaitu:

1. Menurut hasil pengujian yang telah dilakukan, terlihat bahwa Pemasaran Media Sosial memiliki pengaruh yang lebih besar pada keputusan untuk membeli produk Djepati. Temuan yang berasal dari analisis regresi linier berganda, di mana dimensi yang memiliki pengaruh paling besar Sharing of Content.
2. Berdasarkan koefisien determinasi, diketahui bahwa variabel Pemasaran Media Sosial dan Electronic Word of Mouth memberikan dampak sebesar 39% pada keputusan pembelian, sementara itu, 61% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diselidiki dalam penelitian ini. Diantara keduanya, variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian adalah Pemasaran Media Sosial.
3. Berdasarkan analisis deskriptif, dapat diamati bahwa Electronic Word of Mouth dan Pemasaran Media Sosial telah menunjukkan kinerja positif. Dimensi Valence of Opinion memiliki rata-rata tertinggi, diikuti oleh Sharing of Content. Sementara itu, dalam kategori keputusan pembelian produk Djepati secara keseluruhan, hasilnya masuk ke dalam kategori sangat baik. Dimensi Metode Pembayaran menunjukkan rata-rata tertinggi, diikuti oleh Waktu Pembelian dan Pilihan Merek.

#### **4.2 Saran**

Berdasarkan hasil temuan serta kesimpulan yang sudah didapat, ada beberapa hal yang dapat disarankan kepada Djepati yaitu:

1. Djepati dapat secara aktif terlibat untuk merespons ulasan-ulasan serta komentar konsumen melalui media sosial ataupun e-commerce. Dengan

memberikan respons secara aktif akan memperkuat koneksi dengan konsumen serta akan membuat citra merek yang positif.

2. Perusahaan dapat menjalin kerjasama dengan influencer atau kemitraan yang sejalan dengan produk Djepati. Dari hal ini akan membantu dalam meningkatkan eksposur merek di *platform* yang berbeda.
3. Berdasarkan hasil koefisien determinasi, pengaruh dari pemasaran media sosial dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian mendapatkan persentase sebesar 39%, sementara sisanya sebesar 61%. Menurut perkiraan penulis, 61% ini merupakan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh saluran distribusi yang dimiliki PT Djepati. Dikarenakan Djepati sendiri memiliki tim sales yang akan menyebar ke seluruh area Bandung yang sudah ditentukan sebelumnya. Sehingga saluran distribusi menjadi keunggulan Djepati dalam menjual produknya. Saran dari penulis untuk penelitian selanjutnya adalah membahas mengenai marketing mix dari PT Djepati Indo terutama untuk bagian *place*.

#### **4.3 Implikasi**

1. Respons secara aktif tentu akan menunjukkan perusahaan peduli dengan masukan. Sehingga akan meningkatkan kepercayaan konsumen, selain itu dengan memperhatikan ulasan tentu perusahaan dapat menggunakan informasi tersebut guna memperbaiki atau meningkatkan produk di masa mendatang.
2. Dengan kemitraan yang dilakukan tentu akan membuat target pasar dari Djepati semakin luas. Selain itu, dari kerjasama juga akan membuat inovasi produk baru atau paket khusus untuk kedua merek. Kemitraan ini juga akan menghasilkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Contohnya seperti kampanye promosi gabungan.

## References

- Abd Elsalam, muhammad, & Ezzat, M. (2022). Impact of Electronic Word of Mouth on Purchase Intention: Mediating Role of Brand Image and Brand Trust of Tourist Destinations and Hospitality Establishments in Egypt. *Minia Journal of Tourism and Hospitality Research MJTHR*, 14(3), 153–173.
- Abu Rumman, A. H., & Alhadid, A. Y. (2014). *The Impact of Pemasaran Media Sosial on Brand Equity: An Empirical Study on Mobile Service Provider in Jordan* (3rd ed.).
- Anugrah, Helzi d. (2013). Faktor-faktor dominan yang mempengaruhi minat baca mahasiswa. *Jurnal kajian informasi & perpustakaan*, 137-145
- Arif, M. (2016). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. FASTFOOD INDONESIA STORE KFC RAJA MEDAN. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 1.
- Arif, Muhammad. (2021). Pengaruh Pemasaran Media Sosial, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. 141
- Arsyalan, & Ariyanti, M. (2019). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (ewom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Oleh Masyarakat Bandung. *EProceedings of Management*, 6(3). 6
- Garrett, Chris. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the*. Berkeley, California: New Riders.
- GlobalData UK Ltd. (2020, May 14). *Indonesia's seasonings, dressings & sauces sector to reach US\$4.8bn by 2024, says GlobalData*. GlobalData; GlobalData UK Ltd.

<https://www.globaldata.com/media/consumer/indonesias-seasonings-dressings-sauces-sector-to-reach-us4-8bn-by-2024-says-globaldata/>

Goyette, I., Richard, L., Bergeron, J. dan Marticotte, F. 2010. *E-wom Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-services Context*. Journal of Administrative Sciences, 27 pp. 5-23

Gunawan, A. (2020, April 8). *Mengacu Nielsen, Ini Saham yang Bakal Menanggung Berkah Corona*. CNBC Indonesia; cnbcindonesia.com. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20200407204607-17-150442/mengacu-nielsen-ini-saham-yang-bakal-menanggung-berkah-corona>

Hardoko Hardoko. (2020, November 26). *Pengaruh e-WOM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian online di Daerah Istimewa Yogyakarta*. ResearchGate; Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi SBI Yogyakarta. 35-36

Ilyas Gunantha, & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms. Glow Beauty (Studi Pada Konsumen Ms. Glow Beauty Di Kota Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 579–589. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.3291>

Keller, K. Lane.(2016). Strategi Bauran Pemasaran. Jakarta : Indeks

Kotler, P.,& Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education Limited.

kyleloretan. (2023, January 26). *The Changing World of Digital In 2023 - We Are Social Indonesia*. We Are Social Indonesia. <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023-2/>

- Mohamed, M., Abbas, T., Abd, A., & Monem, E. (n.d.). *The Impact of Electronic Word-of-Mouth (e-WOM) on Consumers' Purchasing Decision: Evidence from Five-star Hotels in Egypt*. 205
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Reyna, Amanda.(2022). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap proses keputusan pembelian konsumen melalui Instagram : suatu kasus pada Kidz Station*. 17
- Santoso, Singgih. (2017). *Statistik Multivariat dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sari, H.A. (2018). *Pengaruh Iklan Media Sosial Instagram Terhadap Respon Konsumen Di Bandar Lampung*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syafnidawaty. (2020, November 9). *PERBEDAAN DATA PRIMER DAN DATA SEKUNDER - UNIVERSITAS RAHARJA*. UNIVERSITAS RAHARJA.
- Utami, G., Eka, M., Prodi, S., Bisnis, A., Komunikasi, F., & Bisnis, D. (2020). *PENGARUH Pemasaran Media Sosial TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT DAN LOYALITAS MEREK PADA AKUN INSTAGRAM TOKOPEDIA* under a Creative Commons

Attribution (CC-BY-NC-SA) 4.0 license. *Jurnal Riset Manajemen  
Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 5(2), 185–198.

### LAMPIRAN

Perempuan	26-33 Tahun	Pegawai Swasta	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	19-25 Tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	19-25 Tahun	Mahasiswa	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Laki-laki	19-25 Tahun	Mahasiswa	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Wiraswasta	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	34-41 Tahun	Wiraswasta	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Wiraswasta	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Laki-laki	19-25 Tahun	Mahasiswa	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Laki-laki	34-41 Tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	26-33 Tahun	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	34-41 Tahun	Wiraswasta	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Laki-laki	19-25 Tahun	Mahasiswa	<Rp 1.000.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	34-41 Tahun	Wiraswasta	Rp 2.500.001,-s/d Rp 3.500.000
Perempuan	34-41 Tahun	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
Perempuan	19-25 Tahun	Mahasiswa	<Rp 1.000.000

Laki-laki	19-25 Tahun	Mahasiswa	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	19-25 Tahun	Mahasiswa	<Rp 1.000.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Mahasiswa	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Laki-laki	19-25 Tahun	Mahasiswa	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	34-41 Tahun	Ibu Rumah Tangga	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	34-41 Tahun	Manager	> Rp. 5.000.000
Perempuan	34-41 Tahun	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
Perempuan	26-33 Tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Pegawai Swasta	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Laki-laki	19-25 Tahun	Mahasiswa	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	19-25 Tahun	Mahasiswa	> Rp. 5.000.000
Perempuan	19-25 Tahun	Mahasiswa	<Rp 1.000.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Wiraswasta	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	19-25 Tahun	Mahasiswa	<Rp 1.000.000
Laki-laki	19-25 Tahun	Mahasiswa	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	19-25 Tahun	Mahasiswa	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Laki-laki	< 18 Tahun	Mahasiswa	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Perempuan	34-41 Tahun	ibu runmah tangga	<Rp 1.000.000
Perempuan	34-41 Tahun	irt	<Rp 1.000.000



Perempuan	34-41 Tahun	irt	<Rp 1.000.000
Perempuan	34-41 Tahun	irt	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Perempuan	34-41 Tahun	IRT	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Perempuan	34-41 Tahun	irt	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Perempuan	34-41 Tahun	IBU RUMAH TANGGA	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Perempuan	34-41 Tahun	ibu rumah tangga	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Perempuan	34-41 Tahun	IBU RUMAH TANGGA	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Perempuan	>50 Tahun	irt	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Perempuan	>50 Tahun	IRT	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Perempuan	>50 Tahun	irt	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Perempuan	>50 Tahun	ibu rumah tangga	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Perempuan	>50 Tahun	irt	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Perempuan	>50 Tahun	ibu rumah tangga	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Perempuan	>50 Tahun	ibu rumah tangga	Rp 1.000.000,-s/d

			Rp 2.500.000
Perempuan	>50 Tahun	IRT	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Perempuan	>50 Tahun	ibu rmh tangga	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	>50 Tahun	irt	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	>50 Tahun	IRT	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	>50 Tahun	ibu rumah tangga	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	>50 Tahun	IRT	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	42-49 Tahun	IRT	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	42-49 Tahun	ibu rumah tangga	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	42-49 Tahun	irt	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	42-49 Tahun	IRT	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	42-49 Tahun	ibu rumah tangga	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	42-49 Tahun	irt	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000
Perempuan	42-49 Tahun	ibu rmh tgga	Rp 3.500.001,-s/d Rp 5.000.000



Perempuan	42-49 Tahun	Pegawai Swasta	Rp 2.500.001,-s/d Rp 3.500.000
Perempuan	42-49 Tahun	Pegawai Swasta	Rp 2.500.001,-s/d Rp 3.500.000
Perempuan	42-49 Tahun	Pegawai Swasta	Rp 2.500.001,-s/d Rp 3.500.000
Perempuan	42-49 Tahun	Pegawai Swasta	Rp 2.500.001,-s/d Rp 3.500.000
Perempuan	42-49 Tahun	Pegawai Swasta	Rp 2.500.001,-s/d Rp 3.500.000
Perempuan	42-49 Tahun	Pegawai Swasta	Rp 2.500.001,-s/d Rp 3.500.000
Perempuan	42-49 Tahun	Pegawai Swasta	Rp 2.500.001,-s/d Rp 3.500.000
Perempuan	42-49 Tahun	Pegawai Swasta	Rp 2.500.001,-s/d Rp 3.500.000
Laki-laki	42-49 Tahun	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
Perempuan	34-41 Tahun	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
Perempuan	>50 Tahun	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Pegawai Swasta	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
Perempuan	26-33 Tahun	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Pegawai Negeri	> Rp. 5.000.000
Perempuan	26-33 Tahun	Ibu rumah	> Rp. 5.000.000

		tangga	
Laki-laki	19-25 Tahun	Mahasiswa	Rp 1.000.000,-s/d Rp 2.500.000
Laki-laki	19-25 Tahun	Mahasiswa	> Rp. 5.000.000
Laki-laki	19-25 Tahun	Mahasiswa	<Rp 1.000.000
Laki-laki	26-33 Tahun	Wiraswasta	> Rp. 5.000.000

Saya dapat berkomunikasi dengan Djepati melalui media sosial.	Saya dapat dengan mudah mendapatkan informasi tentang produk Djepati di media sosial	Saya dapat memberikan feedback untuk Djepati melalui media sosial	Saya mudah memahami konten yang terdapat pada media Djepati	Saya melihat sosial media Djepati menampilkan visual yang menarik, seperti gambar atau video	Saya mendapatkan layanan dari Djepati dengan waktu yang singkat	Saya dapat mengakses sosial media Djepati kapan saja tanpa ada batasan lokasi dan waktu	Saya melihat sosial media Djepati memberikan konten yang terstruktur serta lengkap.
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	4	4
4	4	5	5	5	4	5	5
4	3	4	4	3	3	4	4
4	4	5	4	4	4	5	5
4	4	3	4	4	4	4	3
4	4	5	5	5	4	4	3
4	3	2	3	4	2	4	3
4	5	5	4	3	4	5	4
4	5	4	3	4	4	5	5
4	5	3	4	5	4	4	5

3	4	5	3	4	5	3	4
5	4	4	3	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4	5
4	4	5	5	5	4	5	5
5	5	4	4	4	5	4	4
5	4	4	3	3	3	3	3
3	4	3	4	4	3	3	3
3	3	4	3	4	4	3	4
4	5	4	4	5	4	3	5
4	4	3	5	4	5	5	3
4	4	5	4	5	4	4	5
4	4	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	4	5	4	4	5	5
5	4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	3	4	4
4	4	3	5	4	3	5	5
5	4	4	5	4	4	3	4
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	5
3	3	3	4	5	4	4	5
3	3	4	4	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	3	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4

3	4	3	5	5	3	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4	4	5
4	4	4	4	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	5	5	4	4	5	5
3	3	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	5	5	5	5	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	5	5
5	5	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	5	4
5	5	5	3	3	5	5	3
5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	3
5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	5	3	5	4	4
3	4	4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	3	4	3
4	5	4	4	3	4	4	5
4	3	4	5	5	5	4	4

4	5	4	4	4	3	4	5
4	5	4	4	3	4	4	4
4	5	4	4	5	5	5	4
4	4	4	3	5	4	5	5
4	3	4	5	5	4	4	4
4	4	3	4	5	5	4	4
4	5	5	4	4	5	4	4
4	5	5	4	4	4	5	5
4	3	3	4	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4
5	3	4	5	3	4	5	3
5	4	5	5	4	5	4	4
5	4	4	5	5	4	4	5
5	4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	5
5	4	5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5	4	4
4	3	4	5	5	4	5	4
5	4	4	3	4	4	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	4	4

Sosial media Djepati dilengkapi	Saya sering berinteraksi dengan	Saya banyak melihat ulasan atau	Saya memperoleh ulasan positif	Saya mendapatkan rekomendasi dari	Saya memperoleh informasi tentang	Saya mendapatkan respon cepat	Saya melihat Djepati memiliki pilihan	Saya mendapatkan produk yang
---------------------------------	---------------------------------	---------------------------------	--------------------------------	-----------------------------------	-----------------------------------	-------------------------------	---------------------------------------	------------------------------



dengan laman situs web dan Whats-A pp resmi Djepati	pengguna lain mengenai produk Djepati	review mengenai produk Djepati	mengen ai produk Djepati	konsum en lain mengenai produk Djepati	kualitas produk dari Djepati	ketika bertanya melalui fitur <i>chatting</i> di <i>e-commerce</i>	produk yang beragam	dibutuhk an di Djepati
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	4	4	3	3	4	4
5	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	5	3	4	4
5	4	4	5	5	5	4	5	4
4	4	5	5	4	4	5	4	5
5	3	3	4	4	2	2	2	3
5	3	5	5	4	5	5	4	5
5	4	5	3	3	4	5	4	5
4	4	5	4	4	5	4	4	5
4	4	4	3	4	3	4	4	3
5	4	3	4	4	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	4	5
4	5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5	4	4	4
3	4	4	4	3	4	3	4	5
4	3	4	3	4	3	3	4	3
3	4	3	4	4	3	4	4	3

3	5	4	4	5	3	3	4	5
3	3	4	4	3	4	4	3	4
5	4	4	5	4	5	4	5	5
5	4	5	4	4	4	5	5	5
5	4	5	5	5	4	4	5	4
4	5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5	4
5	3	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	3	4	4	5	4	5	4	4
3	4	5	4	4	3	5	3	5
4	4	3	4	5	3	4	5	4
5	3	4	4	3	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	3	4	4	4	4	5	5
5	3	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	3	5
3	5	5	5	5	5	5	5	4
5	3	3	5	5	5	3	5	5
4	3	3	5	3	3	3	5	5
4	3	3	3	3	5	3	4	5
3	3	5	5	5	5	3	5	5
4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	3	5	5

4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	5	5	5	5	3	5	5
4	5	5	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5	4	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	4
4	5	5	4	4	4	5	4	5
3	3	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	5	5
4	3	5	5	3	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	5	5	5	5	4	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5
3	3	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	3	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	5	5	3	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5
3	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	5	5	4	4
5	3	3	5	5	5	5	5	5

3	3	3	4	4	4	4	5	5
5	4	5	5	4	3	5	4	5
4	5	4	4	4	5	4	5	5
5	4	5	3	4	4	4	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	3
4	4	3	4	4	5	5	4	4
5	4	5	5	4	4	5	4	5
5	5	4	4	5	4	4	4	5
4	3	3	4	5	5	5	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	4	4	5
5	4	5	4	4	4	5	5	5
4	5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	4	4	5	4	4
4	5	4	5	5	4	4	5	4
5	5	4	5	4	5	4	5	5
4	5	3	3	5	3	4	5	3
4	5	4	4	5	4	5	5	4
4	4	5	5	4	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4	5	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	4	5	5	4

5	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	3	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	5	4
4	5	4	5	5	4	4	5	5

Saya merekomendasikan produk Djepati kepada orang lain	Saya puas dengan kualitas produk Djepati	Saya dapat dengan mudah melakukan transaksi pada produk Djepati melalui e-commerce, dan beberapa supermarket	Saya dapat membeli produk Djepati kapan saja	Saya sering melakukan pembelian produk Djepati lebih dari 1	Saya sering membeli variasi produk lain yang ditawarkan Djepati	Saya dimudahkan dalam melakukan pembayaran untuk membeli produk Djepati
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	4
3	4	5	5	3	3	5
3	4	3	3	5	4	4
4	4	5	3	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5

4	4	5	5	5	4	4
3	4	4	4	3	4	3
4	5	4	5	3	3	4
5	4	5	5	4	4	5
5	4	5	4	4	4	4
3	3	4	4	3	4	4
5	4	4	5	4	5	4
4	5	5	4	5	4	4
4	4	5	5	4	5	4
4	4	4	5	3	4	4
5	5	5	4	5	4	4
4	4	3	4	4	3	4
4	3	5	3	4	5	3
4	5	3	3	4	3	4
3	4	4	3	3	3	5
5	5	4	5	5	5	4
5	5	4	5	4	5	5
5	4	4	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	4
5	5	4	5	5	5	4
4	5	4	4	3	3	5
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4
3	5	4	5	5	4	4
4	5	3	4	4	4	4

5	5	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	5
4	5	5	4	3	4	5
5	5	3	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5
4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	3	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5

5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	3	5
5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5
4	5	5	4	4	4	5
5	4	4	5	4	4	5
5	4	4	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	5
5	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	5	5	5
5	4	4	4	4	5	5
5	4	5	5	4	4	5



4	4	5	5	5	4	5
5	5	4	4	4	4	5
5	4	4	5	5	4	5
5	4	4	5	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4
4	5	3	4	5	4	3
5	4	4	4	4	5	4
5	4	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4
5	4	4	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	4	5	4
5	5	4	5	4	5	5
4	4	5	5	4	4	4
5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5