

DAFTAR PUSTAKA

- Asiva Noor Rachmayani. (2022). *Manajemen Pengelolaan Media Pada Kun Instagram @ Bullssyndicate*. 6.
- Adolph, 2024. Learning to Move. NIH Public Access. Curr Dir Psychol Sci. Vol 17 (3): 213–218.
- Atmoko Dwi, B. (2023). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Arumnisa et al., 2022. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Website terhadap Sikap Pelanggan serta Dampaknya terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Online “My Sorella”. Skripsi Sarjana pada Fakultas Ekonomika Universitas Diponegoro: diterbitkan.
- Bambang Dwi Atmoko, (2024) *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, (Jakarta: Media Kita.
- Brian Halligan and Dharmesh Shah, (2020). Inbound Marketing (Get Found Using Google, Social Media, , and Blogs). Published by John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Dafa, P. M., & Hariyanti, P. (2021). Efektivitas Penggunaan Instagram Stories Pada akun @male.id Terhadap Pembentukan Brand Awareness dan Minat Beli di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(1), 41–54. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss1.art4>
- Dhan, E. E., Universitas, B., Puspita, C., Ni, G., Ekawati, W., Ngurah, I. G., & Agung, J. (2024). *Peran Customer Engagement Memediasi Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Pada E-Learning Aku PintaR*. 13(9), 1986–1995.
- Dhalia Arumnisa, M., Dwiningtyas, H., Rakhmad, W. N., Diponegoro, U., Soedarto, J., Tembalang, S. H., & Kotak Pos, S. (2022). Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. *Interaksi Online*, 10(4), 288–306.
- Hafidz, G. P., & Fanny, S. (2024). Pengaruh Social Media Marketing Pada

- Consumer Brand Engagement Terhadap Merek Luxcrime. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 568–598.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.11097475>
- Haoe, S., Ganiwidjaja, J. T., & Andreani, F. (2023). Peran Marketing Food Influencer Tiktok Terhadap Follower Engagement Dan Purchase Intention Para Pengikut Febryan Dio Ramadhan. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(1), 24–34. <https://doi.org/10.9744/jmp.9.1.24-34>
- Herdiyani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121.
<https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- Irawan, F. D., Ali, H., & Hadita. (2024). Pengaruh Content Marketing, Kolaborasi Brand dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepatu Aerostreet di Kranji Bekasi Barat. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(2), 155–164.
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Kusdianti, S. E., & Wilujeng, I. P. (2024). Customer Engagement Memediasi Content Marketing Terhadap Brand Awareness pada Online Travel Agent. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 4(02), 171–184.
<https://doi.org/10.37366/ekomabis.v4i02.323>
- Mahayani, 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.
- Nawashta, H. C., & Alversia, Y. (2020). Pengaruh Customer Engagement di Media Sosial terhadap Brand Intimacy pada Produk Fashion Lokal Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Usahawan Indonesia*, 43(2), 1–15.
- Nursyamsi, S. E., Siregar, N., & Nurahlina, N. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Toska Fashion Dalam Meningkatkan Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(2), 140–154. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i2.1901>
- Priska, A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Prasecond Dalam Meningkatkan Penjualan. *Osf.Io*, 2(5), 207–219.

<https://osf.io/preprints/vcemf/>

Putri. (2022). *Personal Branding Politikus Melalui Media Sosial*. Jayapangus Press, 5(2). 195-207.

Rachmayani, (2022). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia

Rizaldi, M. (2024). *Komunikasi Pemasaran Akun Instagram @Vieraoleholeh.Id Dalam Mempromosikan Oleh-Oleh Khas Riau*.

Vildayanti, R. A., Ekonomi, F., & Luhur, U. B. (2019). Analisis Strategi Brand Awareness (Top Of Mind, *Brand Recall*, Brand Recognition, Unaware Of Brand) Sepeda Motor Piaggio Vespa Di Jakarta. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 15(1), 113–134. <https://doi.org/10.31967/relasi.v15i1.304>

Widodo, T., & Alivia Febrianti, I. V. (2021). Pengaruh Customer Engagement Terhadap Brand Loyalty Dengan Variabel Mediasi Brand Attachment Dan Customer Trust. *Jurnal Mitra Manajemen*, 5(5), 343–356. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v5i5.537>

L

A

M

P

I

R

A

N

KUESIONER PENELITIAN

***INTERACTIVE CONTENT* DI INSTAGRAM STORIES DAN *BRAND RECALL*: PERAN MEDIASI *CUSTOMER ENGAGEMENT* PADA BRAND KULINER LOKAL SYARAH BAKERY DI KOTA BENGKULU**

Peran dan partisipasi Saudara/i dalam memberikan penilaian terhadap berbagai pernyataan dikuesioner ini sangat membantu keberhasilan penelitian yang sedang dilakukan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik, peneliti mengucapkan terima kasih.

A. Identitas Peneliti

Nama : Yayan Shaputra
Npm : 2161201051
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi / Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Bengkulu

B. IDENTITAS RESPONDEN

C. Jenis kelamin : ☐ Laki – laki ☐ Perempuan
Usia : ☐ 17 s/d 25 th ☐ 26 s/d 35 th
☐ 36 s/d 45 th ☐ > 45 th

D. Petunjuk Pengisian

Beri jawaban atas pernyataan berikut ini sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia.
Keterangan Pilihan Jawaban :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

1. Pertanyaan *Interactive content* di Instagram stories (X)

No	Pernyataan	TANGGAPAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Instagram stories pada Syarah Bakery Menyajikan story yang membuat interaksi dengan pengikut untuk menarik konsumen					
2.	Instagram stories pada Syarah Bakery menyajikan konten yang menarik					
3.	Instagram stories pada Syarah Bakery menarik dibuat dengan iklan yang mampu menunmbuhkan minat pembeli					
4.	Blog Perusahaan mempermudah pengguna Internet					
5.	Instagram stories pada Syarah Bakery dapat dibuka dengan mudah serta menggunakan iklan sehingga menarik pembeli					

2. Pertanyaan *Brand Recall* (Y)

No	Pernyataan	TANGGAPAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Pada saat melihat instagram stories pada Syarah Bakery pertama yang terlintas di pikiran Anda ketika memikirkan produk					
2.	Pada saat melihat Instagram stories pada Syarah Bakery mampu menyebutkan merek-merek yang Anda ingat dalam kategori produk					
3.	Instagram stories pada Syarah Bakery merisikan bran yang membuat konsumen tertarik untuk membeli dan langsung mengingat tentang produknya					
4.	Pada saat melihat Instagram stories pada Syarah Bakery memberikan kesan tertarik untuk membeli					
5.	Instagram stories pada Syarah Bakery jenis-jenis kue dan makanan yang anda ingat dalam kategori produk					

3. Pertanyaan *Customer Engagement* (Z)

No	Pernyataan	TANGGAPAN RESPONDEN				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Anda selalu membeli Anda membeli produk dari Syarah Bakery dan sudah menjadi langganan					
2.	Anda mengetahui produk syarah bakery melalui sosial media terutama instagram melalui Instagram stories					
3.	Anda tertarik membeli produk karena, rasa, kualitas, harga dan produk yang ditawarkan					
4.	Anda memiliki pengalaman yang memuaskan dengan produk Syarah Bakery dengan baik dan tidak mengecewakan					
5.	Anda akan merekomendasikan produk Syarah Bakery kepada teman/keluarga					

Tabulasi X (Interactive Content)

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

39	5	5	5	5	5	25
40	5	3	3	3	4	18
41	3	3	3	3	4	16
42	4	4	4	5	5	22
43	3	3	3	4	5	18
44	3	3	3	5	5	19
44	5	3	5	4	3	20
45	3	3	4	3	3	16
46	3	3	5	3	5	19
47	3	3	5	5	3	19
48	3	3	3	3	5	17
49	3	3	3	3	3	15
50	3	4	4	5	3	19
51	3	5	3	5	2	18
52	3	3	3	3	4	16
53	3	5	4	3	3	18
54	5	4	3	2	5	19
55	3	4	5	2	5	19
56	3	5	5	3	3	19
57	3	3	4	5	5	20
58	3	4	5	3	4	19
59	3	4	5	3	4	19
60	4	5	5	5	5	24
61	4	5	5	4	4	22
62	4	5	5	4	5	23
63	3	4	4	3	4	18
64	3	4	5	3	4	19
65	3	5	4	3	4	19
66	3	4	5	3	4	19
67	4	5	4	5	5	23
68	4	5	4	5	4	22
69	4	5	5	4	5	23
70	5	4	5	5	5	24
71	5	5	5	5	5	25
72	5	5	5	5	5	25
73	3	4	5	5	5	22
74	2	1	2	2	1	8
75	4	2	1	1	1	9
76	4	5	5	5	5	24
77	1	1	1	1	5	9
78	5	5	5	5	5	25
79	2	5	2	5	2	16

80	5	5	2	5	2	19
81	5	5	5	5	5	25
82	5	2	5	2	2	16
83	5	5	5	5	5	25
84	5	5	2	5	5	22
85	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	5	5	25
87	5	5	5	4	5	24
88	2	2	2	2	2	10
89	4	5	5	5	5	24
90	5	5	4	5	5	24
91	5	5	5	4	5	24
92	4	5	4	5	4	22
93	4	5	4	5	4	22
94	2	4	5	3	4	18
95	4	5	4	5	4	22
96	5	5	4	5	4	23
97	1	2	1	2	1	7
98	2	1	1	2	5	11
99	1	1	1	1	1	5
100	1	1	1	1	1	5

Tabulasi Y (Brand Recall)

No	pernyataan					Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	5	5	5	5	4	24
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	3	3	5	5	4	20
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	5	25
8	5	5	3	5	3	21
9	5	5	5	5	5	25
10	3	5	3	5	5	21
11	5	5	2	2	5	19
12	2	5	5	5	2	19
13	5	5	5	5	5	25
14	2	5	2	5	5	19
15	5	5	2	5	5	22
16	5	5	5	5	5	25
17	2	3	5	5	5	20
18	5	5	5	5	5	25

19	5	5	5	5	5	25
20	2	2	5	2	2	13
21	5	5	5	5	5	25
22	3	5	2	3	5	18
23	2	5	2	5	5	19
24	2	2	2	2	3	11
25	5	5	5	5	5	25
26	3	3	3	3	4	16
27	3	3	3	3	3	15
28	4	4	4	4	4	20
29	5	4	3	3	5	20
30	5	4	3	4	5	21
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	5	5	3	21
33	4	4	4	4	4	20
34	5	5	5	3	5	23
35	4	3	3	5	5	20
36	5	5	5	5	3	23
37	5	5	5	5	3	23
38	5	3	5	5	5	23
39	4	3	5	5	5	22
40	5	3	5	5	5	23
41	5	5	5	5	4	24
42	5	5	5	3	5	23
43	5	3	3	4	3	18
44	5	5	5	5	3	23
44	5	5	3	5	5	23
45	5	4	3	3	3	18
46	3	5	5	5	3	21
47	3	5	5	5	3	21
48	3	5	3	5	5	21
49	2	4	5	5	5	21
50	3	5	5	5	3	21
51	3	3	3	3	3	15
52	5	3	3	4	5	20
53	3	4	5	3	4	19
54	2	5	4	3	2	16
55	5	5	5	4	5	24
56	5	3	5	2	4	19
57	3	4	4	1	3	15
58	5	5	3	4	5	22
59	5	3	4	5	3	20
60	5	5	4	4	5	23
61	5	4	4	5	5	23

62	4	5	4	5	4	22
63	4	5	3	4	5	21
64	5	5	5	5	5	25
65	5	5	3	3	4	20
66	4	5	5	5	5	24
67	5	5	4	5	4	23
68	4	5	4	5	5	23
69	4	4	5	5	5	23
70	5	5	5	5	4	24
71	5	5	5	5	4	24
72	5	4	5	5	5	24
73	1	1	1	5	1	9
74	1	2	1	3	2	9
75	2	4	4	1	2	13
76	1	1	1	1	1	5
77	1	1	5	2	1	10
78	5	5	5	5	5	25
79	4	5	5	5	5	24
80	5	2	5	4	5	21
81	5	5	5	5	5	25
82	2	5	2	5	2	16
83	5	5	5	5	5	25
84	4	5	4	4	3	20
85	5	2	4	5	5	21
86	5	5	4	5	4	23
87	5	5	5	5	5	25
88	5	4	5	4	5	23
89	5	4	4	5	4	22
90	3	5	4	4	5	21
91	4	5	5	5	5	24
92	4	4	5	4	5	22
93	4	5	4	5	5	23
94	4	5	3	5	5	22
95	5	5	4	5	5	24
96	5	4	5	4	4	22
97	1	2	1	2	1	7
98	2	2	2	2	2	10
99	3	4	4	4	3	18
100	5	5	5	5	4	24

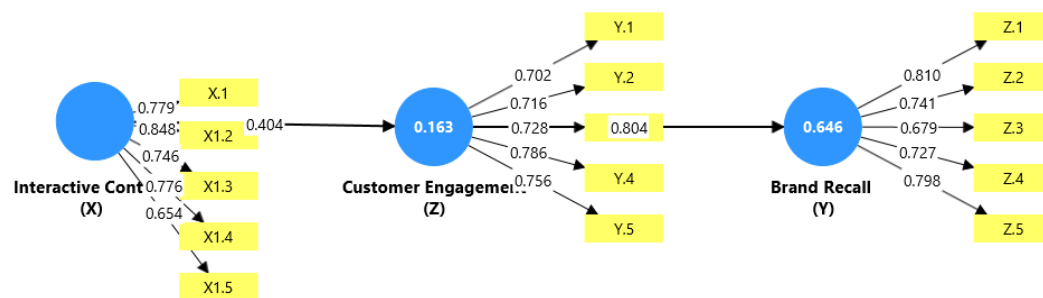
Tabulasi Z (Customer Enagegement)

No	pernyataan					Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	5	5	25
4	3	5	3	5	5	21
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	5	25
8	5	3	5	3	5	21
9	5	5	5	5	5	25
10	5	5	5	5	5	25
11	5	2	5	3	5	20
12	5	2	5	5	5	22
13	5	5	5	5	5	25
14	2	5	2	5	5	19
15	5	5	5	5	5	25
16	5	5	2	2	5	19
17	5	5	5	5	5	25
18	5	5	5	5	5	25
19	5	2	5	2	5	19
20	5	5	2	2	5	19
21	5	5	5	5	5	25
22	2	2	5	5	5	19
23	5	2	5	2	5	19
24	2	5	5	4	5	21
25	5	5	5	5	5	25
26	3	3	3	3	3	15
27	3	3	3	3	3	15
28	4	5	4	4	5	22
29	3	4	4	4	3	18
30	1	2	4	3	3	13
31	4	4	4	4	5	21
32	3	4	4	4	4	19
33	3	5	4	4	4	20
34	5	5	5	5	4	24
35	3	5	5	5	5	23
36	5	5	3	5	5	23
37	5	3	5	5	5	23
38	5	5	5	5	5	25
39	3	4	3	5	5	20
40	5	5	5	5	5	25
41	5	5	3	5	5	23
42	3	4	5	5	5	22

43	3	3	3	3	5	17
44	5	3	4	3	4	19
44	5	5	5	5	5	25
45	3	3	5	5	5	21
46	5	5	5	3	5	23
47	3	3	5	3	5	19
48	5	5	5	5	5	25
49	5	2	3	5	3	18
50	5	3	5	3	5	21
51	3	3	3	3	3	15
52	3	4	5	5	5	22
53	5	3	4	5	5	22
54	5	4	3	2	5	19
55	5	4	5	4	5	23
56	2	5	5	5	5	22
57	2	3	4	5	5	19
58	3	4	5	3	4	19
59	4	5	3	4	5	21
60	5	4	4	5	5	23
61	5	4	4	4	4	21
62	5	4	5	4	5	23
63	3	4	5	5	4	21
64	5	5	5	5	4	24
65	5	3	4	5	5	22
66	5	5	4	5	4	23
67	5	5	4	5	4	23
68	5	5	5	5	5	25
69	5	4	5	5	5	24
70	4	4	5	5	5	23
71	5	5	5	5	5	25
72	5	4	4	5	5	23
73	1	1	1	1	5	9
74	1	1	1	2	1	6
75	2	4	4	5	5	20
76	1	1	1	1	1	5
77	5	5	1	1	2	14
78	5	5	5	5	5	25
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25
81	3	4	5	5	5	22
82	5	2	5	2	5	19
83	5	5	3	5	5	23
84	4	5	2	4	5	20
85	5	5	5	5	5	25

86	5	5	3	3	5	21
87	5	5	3	5	5	23
88	4	5	5	4	5	23
89	5	4	4	5	5	23
90	4	5	4	4	5	22
91	5	4	5	4	5	23
92	4	5	4	5	4	22
93	4	5	4	4	4	21
94	5	5	5	5	5	25
95	5	5	5	4	4	23
96	5	4	5	4	5	23
97	2	2	1	1	2	8
98	2	2	5	2	5	16
99	4	3	5	5	5	22
100	5	5	5	5	5	25

Lampiran 1. Gambar Outer Model



Lampiran 2. Nilai Outer Loading PLS SEM Algorithm

	Brand Recall_(Z)	Customer Engagement_(Y)	Interactive Content_(X1)
X.1			0.776
X.2			0.840
X.3			0.769
X.4			0.767
X.5			0.655
Z.1		0.727	
Z.2		0.720	
Z.3		0.716	
Z.4		0.779	
Z.5		0.742	
Y.1	0.805		
Y.2	0.750		
Y.3	0.661		
Y.4	0.743		
Y.5	0.796		

Lampiran 3. Hasil Cross Loading PLS SEM Algorithm

	Brand Recall_(Z)	Customer Engagement_(Y)	Interactive Content_(X)
X.1	0.357	0.299	0.776
X.2	0.460	0.423	0.840
X.3	0.430	0.252	0.769
X.4	0.351	0.283	0.767
X.5	0.252	0.218	0.655
Z.1	0.651	0.727	0.257
Z.2	0.564	0.720	0.260
Z.3	0.573	0.716	0.234
Z.4	0.636	0.779	0.346
Z.5	0.515	0.742	0.374
Y.1	0.805	0.626	0.404
Y.2	0.750	0.583	0.364
Y.3	0.661	0.623	0.225
Y.4	0.743	0.549	0.431
Y.5	0.796	0.650	0.429

Lampiran 4. Avarange Variance Extracted, Composite Realibility dan Cronbach's Alpha

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Customer Engagement _(Z)	0.807	0.810	0.867	0.567
Brand Recall _(Y)	0.791	0.797	0.856	0.543
Interactive Content_(X)	0.822	0.847	0.874	0.583

Lampiran 5. *Outer Weights Bootstrapping*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X.1 <- Interactive Content_(X)	0.255	0.257	0.056	4.530	0.000
X.2 <- Interactive Content_(X)	0.341	0.345	0.061	5.593	0.000
X.3 <- Interactive Content_(X)	0.270	0.265	0.050	5.445	0.000
X.4 <- Interactive Content_(X)	0.247	0.247	0.059	4.206	0.000
X.5 <- Interactive Content_(X)	0.182	0.172	0.080	2.282	0.023
Z.1 <- Customer Engagement_(Z)	0.328	0.327	0.056	5.853	0.000
Z.2 <- Customer Engagement_(Z)	0.255	0.255	0.039	6.492	0.000
Z.3 <- Customer Engagement_(Z)	0.237	0.236	0.042	5.615	0.000

Z.4 <- Customer Engagement (Z)	0.299	0.306	0.049	6.128	0.000
Z.5 <- Customer Engagement (Z)	0.236	0.235	0.055	4.251	0.000
Y.1 <- Brand Recall (Y)	0.271	0.272	0.027	10.000	0.000
Y.2 <- Brand Recall (Y)	0.267	0.267	0.033	8.117	0.000
Y.3 <- Brand Recall (Y)	0.243	0.235	0.037	6.582	0.000
Y.4 <- Brand Recall (Y)	0.266	0.272	0.045	5.874	0.000
Y.5 <- Brand Recall (Y)	0.280	0.283	0.030	9.291	0.000

Lampiran 6. Multikolinearitas PLS SEM Algorithm

	VIF
X.1	1.708
X.2	2.186
X.3	1.878
X.4	1.974
X.5	1.551
Z.1	1.465
Z.2	1.739
Z.3	1.798
Z.4	1.937
Z.5	1.658
Y.1	1.972
Y.2	1.562
Y.3	1.366
Y.4	1.544
Y.5	1.915

Lampiran 7. Nilai R-Square

	R-square	R-square adjusted
Brand Recall (Y)	0.523	0.513

Lampiran 8. SRMR

	Saturated model	Estimated model
SRMR	0.07	0.07

Lampiran 9.Outer Loading Signifikan *Bootstrapping*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
X.1 <- Interactive Content_(X)	0.776	0.768	0.067	11.588	0.000
X.2 <- Interactive Content_(X)	0.840	0.840	0.044	19.037	0.000
X.3 <- Interactive Content_(X)	0.769	0.755	0.077	9.991	0.000
X.4 <- Interactive Content_(X)	0.767	0.763	0.062	12.469	0.000
X.5 <- Interactive Content_(X)	0.655	0.631	0.136	4.825	0.000
Z.1 <- Customer Engagement_(Z)	0.727	0.720	0.069	10.535	0.000
Z.2 <- Customer Engagement_(Z)	0.720	0.712	0.078	9.277	0.000
Z.3 <- Customer Engagement_(Z)	0.716	0.702	0.097	7.377	0.000
Z.4 <- Customer Engagement_(Z)	0.779	0.778	0.050	15.647	0.000
Z.5 <- Customer Engagement_(Z)	0.742	0.721	0.121	6.154	0.000
Y.1 <- Brand Recall_(Y)	0.805	0.799	0.051	15.658	0.000
Y.2 <- Brand Recall_(Y)	0.750	0.745	0.073	10.260	0.000
Y.3 <- Brand Recall_(Y)	0.661	0.647	0.104	6.345	0.000
Y.4 <- Brand Recall_(Y)	0.743	0.741	0.078	9.483	0.000
Y.5 <- Brand Recall_(Y)	0.796	0.794	0.049	16.373	0.000

Lampiran 10. *Spesific Indirect Effects*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Interactive Content_(X) -> -> Brand Recall_(Y)	0.606	0.591	0.112	5.389	0.000
Interactive Content_(X) -> Customer Engagement_(Z)	0.269	0.283	0.124	2.169	0.030
Interactive Content_(X) -> Customer Engagement_(Y) - > Brand Recall _(Z)	0.377	0.362	0.108	3.483	0.000