

BAB V

PENUTUP

Bab terakhir ini berisi kesimpulan, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya yang diambil dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan, yaitu mengenai faktor yang mempengaruhi loyalitas merek produk Charles & Keith (studi pada generasi Y di Yogyakarta).

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Kesimpulan Analisis Deskriptif

Pada bagian ini peneliti akan mengambil kesimpulan dari 125 data yang telah dikumpulkan oleh responden. Adapun kesimpulannya adalah sebagai berikut

1. Penelitian ini didominasi oleh responden dengan usia 22-25 tahun yaitu sebesar 34,4%.
2. Pendidikan terakhir yang mendominasi adalah S1 dengan persentase sebesar 51,2%.
3. Pekerjaan yang mendominasi adalah pelajar/mahasiswa dengan persentase sebesar 34,4%.
4. Pendapatan atau uang saku per bulan yang mendominasi adalah Rp. 3.500.000 -Rp. 4.500.000 sebesar 32,8%.

5.1.2 kesimpulan Hasil Analisis Regresi

penelitian ini menggunakan analisis sederhana dan analisis berganda untuk menguji faktor yang mempengaruhi loyalitas merek pada produk Charles & Keith (Studi pada generasi Y di Yogyakarta). Berdasarkan hasil uji regresi pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan:

1. Kesadaran diri publik dan harga diri terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap kesadaran merek.
2. Kesadaran merek terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap konsumsi yang mencolok.
3. Kesadaran merek terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap kesesuaian merek diri.
4. Kesadaran merek, konsumsi yang mencolok, dan kesesuaian merek diri terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas merek.

5.2 Implikasi Manajerial

Hasil studi yang telah dilakukan mengenai faktor yang mempengaruhi loyalitas merek yaitu kesadaran diri publik, harga diri, kesadaran merek, konsumsi yang mencolok, dan kesesuaian merek diri pada generasi Y. Diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan, terutama bagi pemasar produk Charles & Keith di Yogyakarta. Implikasi manajerial pada penelitian ini yaitu

1. Charles & Keith produknya sudah familiar bagi responden. Karna produk Charles & Keith tergolong mahal bagi responden yang tinggal di Yogyakarta, maka tidak semua wanita dapat memiliki produk tersebut. Wanita menggunakan produk ini akan mendapatkan pandangan dari orang lain yang dapat meningkat kepercayaan mereka. Salah satu faktor yang mempengaruhi penggunaan produk ini bagi wanita agar dapat meningkatkan kesadaran diri publik dan harga diri misalnya produk Charles & Keith yang dihasilkan dapat memiliki kualitas yang baik.
2. Salah satu produk unggulan Charles & Keith yang paling diminati adalah tas. Keputusan Perusahaan Charles & Keith untuk mempertahankan desain tas berukuran medium sudah tepat. Banyak sekali wanita di Yogyakarta yang menggunakan tas produk ini dikarenakan sesuai dengan karakteristiknya. Kebanyakan koleksi tas merek ini berukuran medium, disesuaikan dengan kebutuhan wanita yang hanya membawa peralatan kosmetik, power bank, dompet dan handphone. Banyak sekali kalangan wanita muda yang menggunakan produk ini untuk melakukan aktivitas berpegian seperti kuliah, dan ke mall.
3. Dari hasil temuan pada penelitian ini di dapatkan bahwa kesadaran merek adalah faktor yang memiliki peran penting untuk mempengaruhi variabel lainnya seperti kesadaran diri publik, harga diri, konsumsi mencolok, kesesuaian merek diri dan loyalitas merek. Maka hal ini berimplikasi pada perusahaan Charles & Keith, bahwa kesadaran merek mempunyai peranan yang

penting dalam loyalitas merek pada konsumen generasi Y untuk memilih produk Charles & Keith. Hal ini akan menyebabkan konsumen menggunakan produk merek tersebut secara mencolok. Karena semakin positif konsumen mempersepsikan merek, maka akan semakin tinggi pula kesadaran, penggunaan, dan loyalitasnya sehingga akan memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan margin dan pangsa pasar yang lebih besar.

5.3 Keterbatasan dan Saran

Adapun beberapa keterbatasan yang dimiliki dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Pengumpulan data dan pengambilan data dilakukan secara online sehingga peneliti tidak memiliki kemampuan untuk mengawasi proses pengisian data, termasuk apabila terjadi kesalahan teknis selama proses pengisian data.
2. Penelitian ini dilakukan pada produk merek Charles & Keith di Yogyakarta, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan secara umum.
3. Untuk dapat melihat pengaruhnya model ini lebih cocok diuji dengan SEM karena model tidak dapat dilihat secara simultan.
4. Kuisisioner masih kurang jelas dalam penerjemahan sehingga ada beberapa pertanyaan yang sulit untuk dipahami oleh responden.

Oleh karna itu pada penelitian selanjutnya, penulis menyarankan pada saat membagikan kuesioner kepada responden tidak hanya menggunakan media online saja. Alangkah lebih baik menggunakan penyebaran kuesioner secara langsung, meskipun membutuhkan waktu yang lebih lama dan biayanya mahal, tetapi jawaban responden akan lebih terkontrol.



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Jakarta: Salemba Empat
- Casidy, R., Nuryana, A.N., & Hati, S.R.H., (2015). Linking fashion consciousness with Gen Y attitude towards prestige brands. *Journal of Marketing and Logistics* Vol. 27 No. 3, 2015 pp. 406-420
- Chandon, N,O,P., (2010). Getting Ahead of the Joneses: When Equality Increases Conspicuous Consumption among Bottom-Tier Consumers. *Journal of consumer research*, Vol 38
- Damsar.2011. *Pengantar Sosiologi Pendidikan*.Jakarta : Prenada Media.
- Durianto, et al. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar melalui Riset Ekuitas dan. Perilaku Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Eastman, J. and Liu, J. (2012), "The impact of generational cohorts on status consumption: an exploratory look at generational cohort and demographics on status consumption",*Journal of Consumer Marketing*, Vol. 29 No. 2, pp. 93-102.
- Esmaeilpour, Fariba., (2015). The role of functional and symbolic brand associations on brand loyalty (A study on luxury brands). *Journal of Fashion Marketing and Management* Vol. 19 No. 4, 2015 pp. 467-484
- Fernandez, P. (2009), "Impact of branding on Gen Y's choice of clothing", *Journal of the South East Asia Research*, Vol. 1 No. 1, pp. 79-95.
- Ghozali, imam. (2011). "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS", Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Giovannini, Sarah., Xu, Yingjiao & Thomas, Jane., (2015). Luxury fashion consumption and Generation Y consumers (Self, brand consciousness, and consumption motivations). *Journal of Fashion Marketing and Management* Vol. 19 No. 1, 2015 pp. 22-40
- Kochar, K.R., (2018), A comparative study of self-esteem, life satisfaction, and positive and negative affect among sports person and non-sports person. *Indian Journal of Health and Well-being* 2018, 9(1), 136-143
- Kotler and Keller, (2013). *Strategic Brand Management (Fourth Edition)*. United States: Pearson Education Limited
- Kotler and Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Peters,C.,Shelton,J.and Thomas,J.(2011), "Self-concept and the fashion behavior of women over 50", *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 15 No. 3, pp. 291-306.
- Quoquab, F., Yasin, N.M. and Dardak, R.A. (2014), "A qualitative inquiry of multi-brand loyalty: some propositions and implications for mobile phone service providers", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 26 No. 2, pp. 250-271.

- Segal, B., & Podoshen, J.S. (2013). An examination of materialism, conspicuous consumption and gender differences. *International Journal of Consumer Studies* ISSN 1470-6423
- Sekaran, M., & Bougie, R. (2013). *Research Methods for Business, Sixth Edition*. Wiley
- Septiari, E.D., & Kusuma, G.H. (2016). Understanding the Perception of Milennial Generation toward Traditional Market (A Study In Yogyakarta). *Review of Integrative Business and Economics Research*, 30-43
- Solomon, M.R. and Schopler, J. (1982), "Self-consciousness and clothing", *Society for Personality and Social Psychology*, Vol. 8 No. 3, pp. 508-514.
- Sugiyono., (2012), "*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*", Alfabeta, Bandung
- Veblen, T. (1902) *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. Macmillan, New York, NY.
- Veblen, Thorstein (1899), *The Theory of the Leisure Class*, New York: Penguin
- Workman, J.E. and Lee, S.-H. (2013), "Relationships among consumer vanity, gender, brand sensitivity, brand consciousness and private self-consciousness", *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 37 No. 2, pp. 206-213
- Xu, Yingjiao., & Lu, Jinzhao., (2015). Chinese young consumers' brand loyalty toward sportswear products: a perspective of self-congruity. *Journal of Product & Brand Management* 24/4 (2015) 365–376

Sumber lain:

<https://metro.tempo.co/read/1110952/miskomunikasi-jaksa-dan-saksi-di-sidang-narkoba-roro-fitria>

<https://wolipop.detik.com/read/2016/05/02/150215/3201690/233/diprediksi-paling-konsumtif-generasi-y-jadi-pasar-baru-brand-fashion-high-end>

<https://iprice.co.id/charles-keith/>



LAMPIRAN
PILOT STUDY

	Pertanyaan	Responden 1	Responden 2	Responden 3	Responden 4	Responden 5
1	Menurut Anda brand fashion yang termasuk dalam kategori luxury fashion (barang mewah) apa saja?	Semua brand kalo gak punya uang itu gak akan terlihat mewah	Nike, pull&bear, addidas, iphone, Charles & Keith	Brand yang memiliki nama yang terkenal, memiliki reputasi baik di mata konsumen	Dior,charles and keith, kate spade, nike, addidas, fossil, anastasia beverlyhills, kiels, makeup for ever, prada.	Rotelli, everbest, charles and keith, guess, fossil (jam tangan)
2	Apakah Anda mempunyai brand fashion (dompet, tas,sepatu,dll) yang tergolong luxury fashion? Sebutkan	Daniel Wellington, Adidas, H&M, Vans	Sepatu nike, jaket pull&bear, iphone	Iya, tas, sepatu, jam tangan	Punya tp beberapa ga semua. Barang yg saya miliki Fosill, charles and keith	Adaa yg saya sebutin di atas(kebanyakan tas dan sepatu, jam tangan)
3	Mengapa Anda lebih memilih luxury fashion (barang mewah) ?	Karena kualitas, dan desainnya	Design bagus, awet, kualitas detail oke	Model yang bagus, merek yang ternama, prestise	Karena lebih awet dan sudah pasti bagusnya	Karena barangnya pasti lebih awet, nyaman dipakai juga pastinya dan terlihat bagus kalau dilihat
4	Berikan alasan,apakah dalam melakukan pembelian brand fashion (dompet,tas,sepatu,dll) Anda selalu membeli produk yang tergolong luxury fashion (barang mewah) ?	Tidak, saya membeli barang sesuai apa yang saya suka, dan ketika saya suka terhadap barang saya anggap barang itu barang mewah	Tidak juga, jika ada yg bagus dan berkualitas tp harga miring pasti saya beli juga	Tidak menjadi pilihan prioritas dikarenakan masih banyak pilihan fashion lain yang dirasa lebih cocok	Tidak selalu, saya memilih barang yg bagus dan bisa tahan lama(awet).	Kalau untuk barang” yg aku sebutin diatas hampir gtuu, kecuali untuk baju ajaa, beli yg murah2 asal lucu, kok nyaman dipakai gk masalah

5	Berdasarkan luxury fashion (barang mewah).Berikan alasan yang jelas mengenai kategori dibawah ini : a.Harga b.Desain c.Image/Citra Merek	a.Harga : ada nya kualitas b.Desain : mengikuti tren c.Image/Citra Merek : baik Terlihat keren	A. Kebanyakan harga pasti menengah keatas B. Kebanyakan jg luxury brand designnya bagus dan simple C. Image ketika menggunakan luxury brand dgn design yg bagus dan simple menurut saya bisa meningkatkan kepercayaan diri.	a.Harga: Tinggi b.Desain: Unik, beda dari yang lain c.Image/Citra Merek: Terkenal di kalangan anak muda	Desain: desainnya bagus dan elegant Harga : lebih mahal karena keawetannya Image: bagus dan berkelas	Harga : pasti lebih mahal, ya wajar namanya juga barang ber merk kan Desain : biasanya sih yaa bagus2 gtu sih Citra merk : pastinya terlihat lebih wao gtu kali ya kalau barang ber merk
6	Kesan/image apa yang Anda harapkan dengan menggunakan produk luxury fashion (barang mewah)?	Kepuasan diri sendiri terhadap barang yang di sukai dan akhir nya bisa punya	Membuat saya terlihat keren dan mengikuti tren	Meningkatkan kepercayaan diri	Berkelas dan bisa di lihat orang	Sebenarnya gak ada yg aku harapkan hahaha. Aku kalau suka ya suka aja pakai ya pakai ajaa gtuu. Lebih karena suka ajaa dan kebetulan pas ada uang jadi ya beli
7	Berikan alasan,apakah dengan menggunakan produk luxury fashion (barang mewah) dapat meningkatkan kelas sosial Anda?	Menurut saya tidak, karena kelas sosial dapat naik ketika tingkat pendapatan juga naik	Kebanyakan bisa tp tidak selalu, karna jika barangnya mewah semua tp orangnya tidak bisa menyesuaikan dg fashion ya sama saja	Merasa bahwa menggunakan produk tsb beda dari yang dimiliki orang lain	Meningkatkan sedikit dan di pandang beda	Untuk di indonesia sendiri.seperti nya bisa, karena pasti wah barangnya mahal wah bermerk gtu2. Orang kebanyakan lihat kan dari luarnya gtu kalau disini

8	Ciri khas apa yang dimiliki oleh produk luxury fashion (barang mewah) sehingga Anda tertarik untuk menggunakan produk tersebut?	Enak di lihat dan simpel	Design bagus, simple, awet	Desain produk, logo produk	Barangnya tidak mudah di temukan dimanapun walau banyak yg palsu tetap beda	Kayak terlihat elegant kali yaaa
9	Siapa saja yang memberikan pengaruh kepada anda untuk membeli produk luxury fashion (barang mewah)?	Tidak ada	Teman yg sudah memakai barang tersebut	Public figure, media sosial, iklan	Artis, sosial media dan teman2 yang menggunakan sblmnya	Biasanya sih suka lapar mata aja ketika jalan2 hehehe, atau kalau engga ya gara” medsos gtu

	Pertanyaan	Responden 6	Responden 7	Responden 8	Responden 9	Responden 10
1	Menurut Anda brand fashion yang termasuk dalam kategori luxury fashion (barang mewah) apa saja?	LV, Chanel, Gucci, Stella McChartney(i'm not sure is it true how to write the brand), prada, hermes, charles & keith, piaget, dll.	Mobil, tas, sepatu	zara, chanel, louis vuitton, charles & Keith	Tas berbagai merek antara lain guess,charles & keith, channel,zara,dll	Charles & Keith, zara, mango,channel,dll
2	Apakah Anda mempunyai brand fashion (dompet, tas,sepatu,dll) yang tergolong luxury fashion? Sebutkan	Yes, bag, watch, parfume	Saya tidak mempunyai luxury fashion, tp saya punya tas charles n keith, mungkin bagi sebagian orang terlihat biasa, tp	zara aja punyaanya	Saya mempunyai tas guess	Ya,saya punya tas,sepatu dan dompet merek Charles & Keith.

			menurut saya brand tersebut sudah termasuk produk high-end			
3	Mengapa Anda lebih memilih luxury fashion (barang mewah) ?	Timeless and for investment	Supaya tampil menarik , dan menaikkan prestige diri sendiri	karena brand nya dikenal, bahannya enak	Karena memiliki kualitas yang berbeda. Jadi ada harga, ada barang yang baik	Karena desainnya yang selalu mengikuti jaman dan banyak diminati oleh orang lain
4	Berikan alasan,apakah dalam melakukan pembelian brand fashion (dompet,tas,sepatu,dll) Anda selalu membeli produk yang tergolong luxury fashion (barang mewah) ?	Tidak, tergantung modelnya kalau suka saya beli	tidak selalu membeli barang yang branded sih, kalau suka ya saya beli saja, tp kebanyakan saya membeli barang yang ada merek karena mengejar kualitas	Tidak karna harganya mahal	Tidak selalu, karena kalau sering belanja produk luxury membuat uang cepat habis	Iya, kebanyakan jika ingin membeli tas,sepatu,dompet,saya lebih melirik ke C&K.Saya juga menyesuaikan barang yang akan saya beli akan saya pakai kemana.Misal saya hanya ingin membeli tas untuk pergi ke tempat yang tidak ke tempat resmi dan bagus,saya lebih memilih membeli produk dibawah C&K
5	Berdasarkan luxury fashion (barang mewah).Berikan alasan yang jelas mengenai kategori dibawah ini : a.Harga b.Desain c.Image/Citra Merek	Harga : ada barang ada kualitas. desain : timeless image : mampu menaikkan citra diri yg menggunakan	a.Harga : Ada harga ada rupa, kalau mau barang bagus memang harus bayar agak mahal b.Desain : Desainnya gak melulu bagus ,	a.Harga - mahal klo tidak diskon b.Desain - modelnya lucu c.Image/Citra Merek - keren	a. Harga : Mahal b. Desain : bagus dan selalu mengikuti jaman c. Image/citra merek: terkenal karena kualitas dan desainnya yang bagus	Harga C&K menurut saya lumayan mahal,tetapi masih bisa terjangkau.Walau lumaya mahal produk ini sangat memperhatikan kualitasnya.Desain C&K juga sangat menarik menurut saya,tidak

			terkadang desainnya aneh2 c.Image/Citra Merek : Citra merek kalau kita pakai barang luxury ya pasti orang menganggap kita baik, karena kebanyakan orang menilai orang dengan penampilan			ketinggalan jaman,dan masuk di selera saya.Citra merek C&K sudah sangat terkenal ya pastinya
6	Kesan/image apa yang Anda harapkan dengan menggunakan produk luxury fashion (barang mewah)?	saya hanya menggunakan brand luxury ketika acara tertentu, sehingga diharapkan mampu memberikan kesan lbh elegan dan powerful.	Saya lebih PD dan menaikkan prestige diri saya	bisa terlihat keren	Dapat memiliki barang berkualitas	Kesan yang saya dapat ketika saya memakai produk C&K saya menjadi lebih PD ketika saya jalan-jalan atau kondangan di lingkungan saya.Karena apa yang kita pakai biasanya menjadi acuan penilaian seseorang kepada kita.Kita pasti tidak ingin dianggap rendah oleh orang lain.
7	Berikan alasan,apakah dengan menggunakan produk luxury fashion (barang mewah) dapat meningkatkan kelas sosial Anda?	Tergantung dengan siapa menggunakannya. biasanya saya menggunakan brand luxury ketika ada meeting dengan	Jelas dapat menaikkan, karena apa, orang itu biasanya melihat hanya dari sisi luarnya saja, dari penampilan, jd	iyaa, karna menambah rasa percaya diri	Tidak juga tergantung dari fashionable masing-masing orang	Menurut saya iya,karena saya hidup di Jogja yang gaya hidup masyarakatnya masih dibawah Jakarta,untuk barang merek C&K menurut saya sudah

		<p>client dari tempat perusahaan saya bekerja sebagai freelancer, atau dengan teman yang yang tujuan bertemunya untuk membahas pekerjaan, dan juga untuk acara2 formal lainnya, maka dengan menggunakan brand luxury dpt meningkatkan kelas sosial saya. Tapi jika hanya untuk jalan ke mall, atau bertemu teman2 tidak akan mempengaruhi kelas sosial saya.</p>	<p>penampilan adalah point utama dlm seseorang menilai orang lain</p>			<p>tergolong dalam produk menengah ke atas. Jadi ya, menurut saya ketika saya menggunakan produk C&K sudah meningkatkan kelas sosial</p>
8	<p>Ciri khas apa yang dimiliki oleh produk luxury fashion (barang mewah) sehingga Anda tertarik untuk menggunakan produk tersebut?</p>	<p>bahan yang berkualitas tinggi, saya punya alergi thd logam/stainless steel jadi saya memilih jam tangan mewah sebagai pilihan untuk menghindari reaksi</p>	<p>Bahannya bagus premium, desainnya unik menarik jarang ada yang punya</p>	<p>sebenarnya tidak mempunyai ciri khas yang signifikan, tetapi image dari brand tersebut yg membuat yakin bahwa kualitasnya bagus</p>	<p>Kualitas, desain, bentuk seta keawetannya</p>	<p>Bahannya yang kuat, awet, model yang menarik dan up to date.</p>

		alergi. brand luxury menurut saya mampu membantu dalam menemukan ciri khas saya. Misalnya model yg blm tentu brand menengah bisa hasilkan. Tidak hanya dari segi kualitas, tapi juga dari segi "rasa" termasuk parfume.				
9	Siapa saja yang memberikan pengaruh kepada anda untuk membeli produk luxury fashion (barang mewah)?	Atasan, orang tua, dan beberapa teman kerja	Teman saya biasanya, atau iklan	teman, artis	Orang terdekat	Ibu saya yang memberikan pengaruh untuk saya membeli produk C&K. Biasanya ibu saya selalu menyarankan membeli disana



KUESIONER

Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Merek Pada Produk Charles & Keith (Study pada Generasi Milenial di Yogyakarta)

Perkenalkan saya Cecilia Sevila, mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta sedang melakukan penelitian tentang faktor yang mempengaruhi niat beli produk mewah merek Charles & Keith (study pada generasi milenial di Yogyakarta). Saya mengucapkan terimakasih dan sangat mengharapkan kesediaan Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuisisioner dengan sejujur-jujurnya untuk membantu kelancaran skripsi saya

IDENTITAS RESPONDEN

1. berapakah usia anda?

- ☐ 18 – 21
- ☐ 22 – 25
- ☐ 26 – 29
- ☐ 30 – 33
- ☐ 34 – 38

2. pendidikan terakhir

- ☐ SMA
- ☐ D3
- ☐ S1
- ☐ S2
- ☐ S3

3. Apakah pekerjaan anda?

- ☐ Pelajar/Mahasiswa
- ☐ Pegawai Negeri
- ☐ Wiraswasta
- ☐ Pegawai Swasta
- ☐ Ibu rumah tangga
- ☐ Yang lain.....

4. pendapatan atau uang saku per bulan?

- ☐ $\leq 1.500.000$
- ☐ 1.500.000 - 2.500.000
- ☐ 2.500.000 - 3.500.000
- ☐ 3.500.000 - 4.500.000
- ☐ Yang lain....

PERTANYAAN SELEKSI

5. apakah anda memiliki produk Charles & Keith?

- ☐ Ya
- ☐ Tidak

6. Kapan terakhir melakukan pembelian fashion merek Charles & Keith?

- ☐ 3 bulan
- ☐ 2 bulan
- ☐ 1 bulan
- ☐ Yang lain....

7. Memiliki produk Charles & Keith apa saja?

- ☐ Tas
- ☐ Sepatu
- ☐ Dompet

pilihlah jawaban dari kolom jawaban yang tersedia dari setiap pertanyaan. pilihlah jawaban yang paling mendekati dengan situasi yang anda rasakan saat ini.

keterangan:

1. Sangat tidak setuju
2. Tidak setuju
3. Netral
4. Setuju
5. Sangat Setuju

NO	ITEM PENGUKURAN	1	2	3	4	5
1	Saya memikirkan gaya saya saat melakukan sesuatu					
2	Saya memikirkan bagaimana cara saya menunjukkan diri saya					
3	Saya sadar dengan penampilan saya					
4	Saya sering khawatir mengenai membuat kesan yang baik					
5	Saya memikirkan pendapat orang lain tentang saya					
6	Saya merasa saya orang yang berharga					
7	Saya merasa saya memiliki kualitas diri yang baik					
8	Saya dapat melakukan sesuatu sama baiknya dengan kebanyakan orang					
9	Saya bersikap positif terhadap diri saya					
10	Saya memperhatikan produk fashion Charles & Keith yang akan saya beli					
11	Nama merek menjelaskan saya mengenai kualitas dari produk fashion Charles & Keith					
12	Nama merek menjelaskan saya mengenai bagaimana kerennya sebuah produk fashion Charles & Keith					
13	Terkadang saya bersedia membayar lebih untuk suatu produk Charles & Keith karena nama mereknya					
14	merek produk Charles & Keith yang mahal memiliki kualitas yang baik					
15	Saya memperhatikan nama merek dari sebagian produk Charles & Keith yang saya beli					
16	Saya tidak pernah membeli produk fashion Charles & Keith dengan merek mewah lain jika tidak sesuai dengan karakteristiknya					
17	Produk dengan merek Charles & Keith yang saya beli sesuai dengan karakteristik saya					
18	Saya lebih memilih produk Charles & Keith yang dapat menerminkan diri saya daripada orang lain melihat saya					

19	Ketika saya membeli produk merek Charles & Keith maka orang disekitar saya akan terkesan					
20	Saya membeli produk Charles & Keith untuk menunjukan status keuangan saya					
21	Saya memilih merek Charles & Keith untuk menciptakan gaya saya yang dapat membuat orang lain kagum					
22	Produk merek Charles & Keith dapat menunjukkan kepada orang lain bahwa saya mengikuti jaman (up to date)					
23	Saya memilih produk Charles & Keith jika dibandingkan merek lain					
24	Saya cukup loyal terhadap merek Charles & Keith berdasarkan pembelian saya yang lalu					
25	Ketika saya membeli produk fashion, saya cenderung memilih merek Charles & Keith					



No	usia	pendidikan terakhir	Pekerjaan	Pendapatan/uang saku per bulan	apakah anda memiliki produk Charles & Keith?	Kapan terakhir melakukan pembelian fashion merek Charles & Keith?	Memiliki produk Charles & Keith apa saja?
1	22 - 25	SMA	Wiraswasta	$\leq 1.500.000$	ya	3 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
2	22 - 25	S1	ibu rumah tangga	1.500.000 - 2.500.000	ya	2 bulan	Tas
3	34 - 38	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Tas
4	22 - 25	S1	Pegawai Swasta	$\leq 1.500.000$	ya	3 bulan	Sepatu
5	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq 1.500.000$	ya	3 bulan	Tas
6	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	3 bulan	Sepatu
7	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq 1.500.000$	ya	3 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
8	22 - 25	S1	ibu rumah tangga	1.500.000 - 2.500.000	ya	2 bulan	Sepatu
9	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2.500.000 - 3.500.000	ya	2 bulan	Tas
10	22 - 25	S1	Pegawai Swasta	$\leq 1.500.000$	ya	1 bulan	Sepatu
11	22 - 25	S1	ibu rumah tangga	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
12	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq 1.500.000$	ya	3 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
13	18 - 21	SMA	Wiraswasta	1.500.000 - 2.500.000	ya	3 bulan	Sepatu
14	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	1 bulan	Sepatu
15	22 - 25	S1	ibu rumah tangga	$\leq 1.500.000$	ya	2 bulan	Tas
16	22 - 25	S1	Pegawai Negeri	2.500.000 - 3.500.000	ya	3 bulan	Tas
17	30 - 33	S1	Pegawai Negeri	3.500.000 - 4.500.000	ya	3 bulan	Tas
18	34 - 38	SMA	Wiraswasta	2.500.000 - 3.500.000	ya	1 bulan	Tas, Sepatu, Dompot

19	30 - 33	S2	ibu rumah tangga	5.500.000	ya	2 bulan	Tas
20	26 - 29	S1	ibu rumah tangga	2.500.000 - 3.500.000	ya	1 bulan	Sepatu
21	34 - 38	S1	Pegawai Swasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	3 bulan	Tas
22	22 - 25	S1	Pegawai Negeri	3.500.000 - 4.500.000	ya	2 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
23	30 - 33	S1	Pegawai Swasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	3 bulan	Tas
24	22 - 25	S1	ibu rumah tangga	2.500.000 - 3.500.000	ya	3 bulan	Tas
25	18 - 21	SMA	Wiraswasta	1.500.000 - 2.500.000	ya	3 bulan	Tas
26	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	2 bulan	Sepatu
27	18 - 21	S1	Pegawai Swasta	2.500.000 - 3.500.000	ya	1 bulan	Sepatu
28	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq 1.500.000$	ya	3 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
29	26 - 29	S1	ibu rumah tangga	2.500.000 - 3.500.000	ya	3 bulan	Sepatu
30	26 - 29	S1	ibu rumah tangga	2.500.000 - 3.500.000	ya	1 bulan	Tas
31	22 - 25	S1	Pelajar/Mahasiswa	$\leq 1.500.000$	ya	2 bulan	Sepatu
32	22 - 25	S1	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	2 bulan	Tas
33	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	1 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
34	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	3 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
35	34 - 38	S1	Pegawai Swasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Tas, Sepatu
36	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	3 bulan	Tas
37	30 - 33	S1	ibu rumah tangga	1.500.000 - 2.500.000	ya	1 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
38	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq 1.500.000$	ya	3 bulan	Tas, Dompot
39	34 - 38	SMA	Pegawai Swasta	2.500.000 - 3.500.000	ya	3 bulan	Tas, Dompot
40	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq 1.500.000$	ya	3 bulan	Sepatu
41	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	3 bulan	Sepatu
42	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq 1.500.000$	ya	2 bulan	Dompot
43	34 - 38	S1	Pegawai Negeri	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Tas

44	34 - 38	SMA	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	2 bulan	Tas, Sepatu
45	34 - 38	S1	Pegawai Swasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Sepatu
46	22 - 25	S1	ibu rumah tangga	≤ 1.500.000	ya	3 bulan	Sepatu
47	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2.500.000 - 3.500.000	ya	3 bulan	Tas
48	30 - 33	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Tas
49	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	3 bulan	Tas
50	30 - 33	SMA	ibu rumah tangga	3.500.000 - 4.500.000	ya	3 bulan	Dompot
51	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ 1.500.000	ya	3 bulan	Dompot
52	26 - 29	S1	ibu rumah tangga	2.500.000 - 3.500.000	ya	3 bulan	Tas, Sepatu
53	34 - 38	S1	Pegawai Negeri	2.500.000 - 3.500.000	ya	1 bulan	Dompot
54	30 - 33	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	2 bulan	Tas, Sepatu
55	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ 1.500.000	ya	1 minggu	Sepatu
56	30 - 33	S2	Pegawai Swasta	5.500.000	ya	1 bulan	Tas
57	34 - 38	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	2 bulan	Tas
58	30 - 33	S2	ibu rumah tangga	1.500.000 - 2.500.000	ya	3 minggu	Sepatu
59	34 - 38	SMA	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Tas, Dompot
60	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ 1.500.000	ya	3 bulan	Tas
61	22 - 25	S1	Wiraswasta	2.500.000 - 3.500.000	ya	2 bulan	Tas
62	26 - 29	S1	Pegawai Swasta	5.000.000	ya	3 hari	Tas
63	34 - 38	S2	Pegawai Swasta	5.000.000	ya	2 bulan	Tas, Sepatu
64	34 - 38	SMA	ibu rumah tangga	2.500.000 - 3.500.000	ya	3 bulan	Tas
65	34 - 38	S1	ibu rumah tangga	2.500.000 - 3.500.000	ya	3 bulan	Tas
66	34 - 38	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
67	26 - 29	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Tas
68	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	1 bulan	Dompot
69	34 - 38	S1	Pegawai Negeri	3.500.000 - 4.500.000	ya	2 bulan	Sepatu

70	26 - 29	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	2 bulan	Tas, Sepatu
71	34 - 38	S1	Pegawai Swasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Sepatu, Dompot
72	22 - 25	SMA	ibu rumah tangga	2.500.000 - 3.500.000	ya	1 bulan	Sepatu
73	34 - 38	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	3 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
74	26 - 29	SMA	ibu rumah tangga	2.500.000 - 3.500.000	ya	1 bulan	Tas, Dompot
75	26 - 29	S1	Pegawai Negeri	2.500.000 - 3.500.000	ya	3 bulan	Sepatu
76	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2.500.000 - 3.500.000	ya	1 bulan	Tas, Sepatu
77	26 - 29	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
78	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	2 bulan	Tas
79	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq 1.500.000$	ya	3 bulan	Dompot
80	22 - 25	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	Sekitar 6 bulan	Tas, Dompot
81	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq 1.500.000$	ya	1 tahun	Tas
82	22 - 25	S1	Pelajar/Mahasiswa	$\leq 1.500.000$	ya	3 bulan	Tas
83	22 - 25	S1	Pegawai Negeri	3.500.000 - 4.500.000	ya	3 bulan	Sepatu
84	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2.500.000 - 3.500.000	ya	3 bulan	Tas
85	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	1 tahun	Tas
86	34 - 38	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Tas, Dompot
87	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	3 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
88	22 - 25	S1	Pegawai Negeri	3.500.000 - 4.500.000	ya	3 bulan	Tas, Dompot
89	18 - 21	S1	Pelajar/Mahasiswa	$\leq 1.500.000$	ya	2 bulan	Tas
90	26 - 29	S1	ibu rumah tangga	1.500.000 - 2.500.000	ya	2 bulan	Sepatu, Dompot
91	26 - 29	S1	Pegawai Swasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	3 bulan	Sepatu
92	34 - 38	SMA	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Tas
93	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	2 bulan	Tas, Dompot
94	22 - 25	S1	Wiraswasta	2.500.000 - 3.500.000	ya	2 bulan	Sepatu, Dompot
95	34 - 38	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	2 bulan	Tas, Sepatu

96	26 - 29	S1	Pegawai Negeri	5.000.000	ya	3 bulan	Dompot
97	26 - 29	SMA	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Sepatu
98	30 - 33	S1	Pegawai Swasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Sepatu
99	22 - 25	S1	Pelajar/Mahasiswa	2.500.000 - 3.500.000	ya	1 bulan	Sepatu
100	26 - 29	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	3 bulan	Tas
101	34 - 38	S2	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	3 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
102	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2.500.000 - 3.500.000	ya	6bulan	Tas
103	26 - 29	SMA	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	3 bulan	Tas, Dompot
104	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	2 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
105	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	1 bulan	Sepatu
106	22 - 25	S1	Pegawai Negeri	1.500.000 - 2.500.000	ya	1 bulan	Dompot
107	34 - 38	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	3 bulan	Tas, Dompot
108	34 - 38	S1	ibu rumah tangga	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Dompot
109	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq 1.500.000$	ya	1 bulan	Sepatu
110	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq 1.500.000$	ya	3 bulan	Tas
111	22 - 25	D3	Wiraswasta	$\leq 1.500.000$	ya	3 bulan	Sepatu
112	26 - 29	S1	ibu rumah tangga	2.500.000 - 3.500.000	ya	1 bulan	Tas
113	30 - 33	S1	Pegawai Negeri	2.500.000 - 3.500.000	ya	3 bulan	Tas
114	30 - 33	S1	Pegawai Swasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	2 bulan	Tas, Sepatu
115	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2.500.000 - 3.500.000	ya	1 bulan	Sepatu, Dompot
116	34 - 38	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Tas, Dompot
117	22 - 25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000 - 2.500.000	ya	3 bulan	Tas, Dompot
118	26 - 29	SMA	ibu rumah tangga	2.500.000 - 3.500.000	ya	2 bulan	Tas, Sepatu, Dompot
119	22 - 25	S1	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Sepatu
120	18 - 21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2.500.000 - 3.500.000	ya	3 bulan	Dompot
121	30 - 33	S2	Wiraswasta	3.500.000 - 4.500.000	ya	1 bulan	Tas

122	22 - 25	S1	Pegawai Negeri	3.500.000 - 4.500.000	ya	3 bulan	Tas, Dompot
123	18 - 21	SMA	ibu rumah tangga	1.500.000 - 2.500.000	ya	3 bulan	Tas
124	26 - 29	S1	Pegawai Negeri	2.500.000 - 3.500.000	ya	1 bulan	Dompot
125	34 - 38	SMA	ibu rumah tangga	2.500.000 - 3.500.000	ya	3 bulan	Tas





No	K D P 1	K D P 2	K D P 3	K D P 4	K D P 5	H D 1	H D 2	H D 3	H D 4	K M 1	K M 2	K M 3	K M 4	K M 5	K M 6	K M D 1	K M D 2	K M D 3	K C 1	K C 2	K C 3	K C 4	L M 1	L M 2	L M 3	
1	5	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	2	4	4	4	5	4	
2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	
3	5	4	4	4	4	5	4	3	5	1	5	4	5	2	4	5	4	2	2	5	4	2	5	2	4	
4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	3	3	5	5	2	3	3	3	5	3	5
5	5	5	5	5	4	4	3	5	1	4	5	2	4	2	4	5	3	5	4	5	1	4	2	4	5	4
6	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	2	4	1	5	4	5	4	4	5	5	4	2	5	4	4	
7	5	4	4	5	5	4	4	2	5	5	4	4	1	5	4	4	5	4	2	4	1	5	2	5	4	
8	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	3	2	5	3	3	4	5	3	4	5	4	2	4	5	
9	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	2	4	5	1	5	4	5	4	2	5	5	5	4	
10	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	
11	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	1	2	2	3	4	2	2	1	1	2	2	2	2	
12	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	
13	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	
14	3	3	3	2	2	2	2	3	3	5	2	4	5	4	5	1	5	5	1	1	1	1	1	1	1	
15	4	4	4	2	4	5	4	4	4	1	4	5	1	2	1	5	5	5	4	2	3	3	2	1	1	
16	4	4	4	3	2	5	5	4	5	4	4	5	1	5	4	4	4	5	4	3	2	3	2	1	2	
17	3	4	5	2	4	2	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	2	5	5	3	2	4	
18	2	4	5	1	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	5	5	5	4	5	
19	5	5	4	1	3	4	4	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	
20	4	3	4	1	5	5	4	3	2	4	4	4	2	5	5	5	4	5	3	4	5	4	4	3	4	
21	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	3	2	4	5	5	3	4	
22	4	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	
23	4	4	4	2	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	

24	3	3	3	1	2	2	2	3	3	1	3	4	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	4	4	5	1	5	5	4	3	5	5	4	3	3	5	3	5	3	2	5	1	2	4	3	3
26	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	3	3	5	5	2	3	3	3	5	3
27	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	2
28	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	1	3	3	3	3	2	2
29	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5
30	5	4	4	3	3	5	5	5	4	5	3	4	5	5	4	4	5	3	4	2	4	4	4	5
31	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	2	2
32	3	3	3	3	3	2	2	3	3	1	1	1	1	1	1	5	3	1	1	1	1	1	1	3
33	4	4	5	4	4	5	5	2	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2
34	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3
35	5	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	4	2	4	5	5	4	4	3	5	4
36	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	4	4
37	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	3	4	5	4	3
38	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	1	1	1	4	4
39	5	4	5	3	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5
40	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2
41	5	4	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
42	3	4	3	2	2	4	4	3	4	4	5	3	3	4	3	5	4	3	2	1	2	3	3	4
43	4	5	5	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	2	4	4	5	4	5	4	2	4	4	5
44	4	4	5	5	3	4	5	4	5	4	4	5	2	4	5	4	5	5	4	4	2	2	4	5
45	5	4	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5
46	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	4	3	5	3
47	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	2	2	2	3	3	4
48	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
49	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	2	3	3

50	4	5	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	2	4	2	5	5	2	4	2	4	4	2	2	2
51	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	2	3	4	4	5	4	5	4	2	4	2	3	3
52	4	5	4	4	5	4	5	5	3	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	2	5	4	3	2	3
53	5	4	5	2	4	5	4	4	2	5	4	5	3	5	4	3	4	4	4	2	5	4	4	5	3
54	5	4	4	5	3	4	5	2	4	5	4	5	2	5	4	5	4	4	4	1	4	4	4	5	2
55	4	5	3	4	4	5	4	2	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	2	4	4	5	4
56	4	5	4	2	4	4	4	2	3	4	4	5	2	5	4	2	4	4	4	5	2	4	4	5	4
57	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5	4	5	3	4	3	5	4	4	2	2	4	5	5	4	3
58	4	5	4	2	3	5	4	3	4	5	4	5	3	4	3	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4
59	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	3	3	2	2	4	2	4	2	3	2	2	4	2	3	3
60	5	4	5	2	4	4	5	3	2	4	4	5	4	3	5	4	5	4	2	3	2	4	4	3	4
61	4	5	5	2	4	4	5	5	4	2	4	5	3	4	4	5	4	4	4	2	5	4	4	5	4
62	4	5	5	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	3	5	4	5	3	4	3	5	4	4	5	4
63	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4
64	4	5	4	5	3	4	4	3	3	4	4	5	5	3	4	4	5	3	4	5	4	3	2	4	3
65	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	3	4	5	5	3	4	4	3	4	4	3	5	4
66	5	5	5	4	4	2	3	3	3	4	4	4	2	2	4	5	2	4	4	2	4	2	2	2	2
67	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	4	2	4
68	4	5	3	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4
69	4	5	3	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	5	4	4	5	4
70	5	4	5	5	3	4	4	3	3	4	5	4	2	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	2	3
71	4	5	4	2	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	2	4	5	4
72	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	2	4	3	5	4	2	4	5	4	4	4	5	5
73	4	5	4	2	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	2	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4
74	5	4	4	1	4	4	4	4	3	5	4	5	4	2	4	5	4	4	4	5	4	3	2	4	4
75	4	5	4	1	4	4	4	4	4	2	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4

76	4	5	5	2	4	4	3	5	4	4	4	5	2	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4
77	4	5	4	2	2	4	3	5	4	2	4	5	4	4	2	5	4	4	4	2	4	4	2	3	4
78	5	4	4	2	4	4	5	4	2	4	4	5	2	4	5	4	5	4	5	4	4	2	4	2	4
79	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	1	3	1	1	1	1	1	1
80	4	5	5	3	3	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	5
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	2
82	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3
83	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	2	3	4	3	4	2	4	1	3	3	3	3	2
84	3	4	5	5	3	5	4	5	5	1	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1
85	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	3	1	4	4	2	3	3
86	4	5	4	1	4	4	2	4	5	4	4	2	4	5	4	2	4	5	4	3	5	4	4	5	3
87	4	5	3	1	4	5	4	5	4	2	4	5	3	4	5	2	4	4	4	2	5	4	4	5	4
88	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	5	4	5	5	5	1	4	4	3	1	3	3	3	3	3
89	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
90	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	5	2	4	4	4	5	3	4	5	3	2	5	2	4
91	4	5	3	1	4	4	5	2	4	4	4	5	5	2	4	4	5	3	4	1	5	4	5	4	4
92	5	4	4	2	5	4	5	3	5	4	5	4	5	2	4	5	4	4	4	1	4	5	5	2	4
93	5	4	4	2	5	5	4	4	3	5	4	5	3	5	4	5	4	4	4	2	5	4	5	2	4
94	3	4	4	2	5	4	3	5	4	4	4	5	3	4	4	2	4	4	4	2	4	5	4	5	4
95	4	5	4	2	5	4	5	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	2	4
96	4	5	3	2	4	4	5	4	3	4	4	5	2	4	4	4	5	3	5	4	4	2	4	5	3
97	4	5	3	4	5	4	5	3	4	4	4	5	2	4	3	4	5	3	4	5	3	4	4	5	3
98	4	5	3	2	4	4	5	3	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	2	5	4	4	5	4
99	4	5	4	4	4	5	4	4	2	5	4	5	3	5	4	5	4	4	2	4	5	1	4	5	2
100	5	5	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	1	5	3	5	5	2	4	5	4	3	4	5	4
101	5	4	4	5	2	4	5	4	3	5	5	4	2	4	4	2	4	4	4	5	4	2	4	5	5

102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
103	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	4	4	5	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4
105	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	5	4
106	4	3	3	3	3	2	3	2	4	2	4	5	2	4	2	4	2	2	4	2	4	4	2	2	2
107	2	2	2	2	2	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3
108	5	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
109	3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	2	3	2	4	2	3	2	1	2	1	2	2	1
110	3	2	2	3	3	5	5	4	5	5	3	4	1	4	3	4	2	1	2	1	1	1	1	1	1
111	4	4	4	4	3	5	3	3	3	3	5	5	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
112	4	5	3	4	4	5	2	4	4	5	4	5	1	4	5	1	4	3	5	2	4	4	4	5	3
113	5	5	4	2	5	4	5	2	4	2	4	5	2	4	4	2	5	5	5	4	4	3	4	5	2
114	5	4	4	4	5	5	4	5	2	4	5	4	1	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	3	4
115	5	5	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	2	5	4	4	5	3	2	4	3	4	4	5	5
116	5	4	4	3	5	1	4	3	5	5	4	5	4	4	2	4	5	4	5	5	3	4	4	5	5
117	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	2
118	4	5	4	1	3	4	3	5	4	4	5	4	4	5	2	4	5	4	4	5	5	2	4	2	5
119	4	5	4	4	2	4	3	3	3	3	5	4	4	2	4	5	4	2	5	4	4	5	3	1	4
120	3	3	4	3	4	2	2	3	3	2	3	3	1	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1
121	4	5	4	2	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	5	3	4	5	2	5	3	4	4
122	2	4	4	1	5	4	3	5	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	3	5	2	4	2	4	1
123	5	5	5	5	4	5	3	5	4	3	4	5	4	4	2	4	5	4	4	5	5	3	4	5	5
124	4	4	4	4	5	4	2	4	4	5	4	5	1	4	4	2	4	4	4	1	2	5	4	5	2
125	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	5	4	1	5	4	4	5	2	4	5	2	4	4	5	1



Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Kesadaran Diri Publik (Public Self Consciousness)

Correlations

		PSC1	PSC2	PSC3	PSC4	PSC5	total
PSC1	Pearson Correlation	1	.394*	.139	.594**	.238	.708**
	Sig. (2-tailed)		.031	.465	.001	.205	.000
	N	30	30	30	30	30	30
PSC2	Pearson Correlation	.394*	1	.444*	.394*	.488**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.031		.014	.031	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30
PSC3	Pearson Correlation	.139	.444*	1	.060	.451*	.508**
	Sig. (2-tailed)	.465	.014		.751	.012	.004
	N	30	30	30	30	30	30
PSC4	Pearson Correlation	.594**	.394*	.060	1	.283	.767**
	Sig. (2-tailed)	.001	.031	.751		.130	.000
	N	30	30	30	30	30	30
PSC5	Pearson Correlation	.238	.488**	.451*	.283	1	.707**
	Sig. (2-tailed)	.205	.006	.012	.130		.000
	N	30	30	30	30	30	30
total	Pearson Correlation	.708**	.727**	.508**	.767**	.707**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.695	5

Uji Validitas Uji Reliabilitas

Self Esteem (Harga Diri)

Correlations

		SE1	SE2	SE3	SE4	total
SE1	Pearson Correlation	1	.441*	.098	.178	.651**
	Sig. (2-tailed)		.015	.607	.346	.000
	N	30	30	30	30	30
SE2	Pearson Correlation	.441*	1	.491**	.347	.817**
	Sig. (2-tailed)	.015		.006	.060	.000
	N	30	30	30	30	30
SE3	Pearson Correlation	.098	.491**	1	.556**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.607	.006		.001	.000
	N	30	30	30	30	30
SE4	Pearson Correlation	.178	.347	.556**	1	.677**
	Sig. (2-tailed)	.346	.060	.001		.000
	N	30	30	30	30	30
total	Pearson Correlation	.651**	.817**	.712**	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.673	4

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Kesadaran Merek (Brand Consciouness)

Correlations

		BC1	BC2	BC3	BC4	BC5	BC6	total
BC1	Pearson Correlation	1	.081	.059	.294	.769**	.640**	.763**
	Sig. (2-tailed)		.669	.757	.114	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
BC2	Pearson Correlation	.081	1	.414*	.314	.175	.111	.494**
	Sig. (2-tailed)	.669		.023	.091	.356	.559	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30
BC3	Pearson Correlation	.059	.414*	1	.116	.238	.216	.428*
	Sig. (2-tailed)	.757	.023		.543	.205	.251	.018
	N	30	30	30	30	30	30	30
BC4	Pearson Correlation	.294	.314	.116	1	.190	.393*	.655**
	Sig. (2-tailed)	.114	.091	.543		.313	.032	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
BC5	Pearson Correlation	.769**	.175	.238	.190	1	.587**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.356	.205	.313		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
BC6	Pearson Correlation	.640**	.111	.216	.393*	.587**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.559	.251	.032	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
total	Pearson Correlation	.763**	.494**	.428*	.655**	.753**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.018	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	6

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Kesesuaian Merek Diri (Brand Self Congruency)

Correlations

		BSC1	BSC2	BSC3	Total
BSC1	Pearson Correlation	1	.165	.177	.532**
	Sig. (2-tailed)		.383	.349	.003
	N	30	30	30	30
BSC2	Pearson Correlation	.165	1	.689**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.383		.000	.000
	N	30	30	30	30
BSC3	Pearson Correlation	.177	.689**	1	.876**
	Sig. (2-tailed)	.349	.000		.000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.532**	.833**	.876**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.625	3

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Konsumsi yang Mencolok (Conspicuous Consumption)

Correlations

		CC1	CC2	CC3	CC4	total
CC1	Pearson Correlation	1	.274	.393*	.420*	.701**
	Sig. (2-tailed)		.143	.032	.021	.000
	N	30	30	30	30	30
CC2	Pearson Correlation	.274	1	.466**	.394*	.722**
	Sig. (2-tailed)	.143		.009	.031	.000
	N	30	30	30	30	30
CC3	Pearson Correlation	.393*	.466**	1	.487**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.032	.009		.006	.000
	N	30	30	30	30	30
CC4	Pearson Correlation	.420*	.394*	.487**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	.021	.031	.006		.000
	N	30	30	30	30	30
total	Pearson Correlation	.701**	.722**	.790**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	4

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Loyalitas Merek (Brand Loyalty)

Correlations

		BL1	BL2	BL3	total
BL1	Pearson Correlation	1	.588**	.764**	.871**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000
	N	30	30	30	30
BL2	Pearson Correlation	.588**	1	.757**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30
BL3	Pearson Correlation	.764**	.757**	1	.939**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
total	Pearson Correlation	.871**	.876**	.939**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	3



Hasil Uji Regresi Berganda (H1 dan H2)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga Diri, Kesadaran Publik ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kesadaran Merk

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.471 ^a	.221	.209	.55448

a. Predictors: (Constant), Harga Diri, Kesadaran Publik

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.670	2	5.335	17.353	.000 ^b
	Residual	37.509	122	.307		
	Total	48.179	124			

a. Dependent Variable: Kesadaran Merek

b. Predictors: (Constant), Harga Diri, Kesadaran Publik

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.501	.396		3.790	.000
	Kesadaran Publik	.309	.098	.285	3.140	.002
	Harga Diri	.274	.094	.263	2.904	.004

a. Dependent Variable: Kesadaran Merek

Hasil Uji Regresi Sederhana (H3)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kesadaran Merek ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Konsumsi yang Mencolok

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 ^a	.309	.304	.75122

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Merek

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.060	1	31.060	55.039	.000 ^b
	Residual	69.412	123	.564		
	Total	100.472	124			

a. Dependent Variable: Konsumsi yang Mencolok

b. Predictors: (Constant), Kesadaran Merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.355	.418		.849	.398
	Kesadaran Merek	.803	.108	.556	7.419	.000

a. Dependent Variable: Konsumsi yang Mencolok

Hasil Uji Regresi Sederhana (H4)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kesadaran Merek ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kesesuaian Merek Diri

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.593 ^a	.351	.346	.58464

a. Predictors: (Constant), Kesadaran Merek

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.744	1	22.744	66.542	.000 ^b
	Residual	42.042	123	.342		
	Total	64.786	124			

a. Dependent Variable: Kesesuaian Merek Diri

b. Predictors: (Constant), Kesadaran Merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.256	.326		3.859	.000
	Kesadaran Merek	.687	.084	.593	8.157	.000

a. Dependent Variable: Kesesuaian Merek Diri

Hasil Uji Regresi Berganda (H5, H6, H7)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kesesuaian Merek Diri, Konsumsi yang Mencolok, Kesadaran Merek ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas Merek

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.567	.556	.68503

a. Predictors: (Constant), Kesesuaian Merek Diri, Konsumsi yang Mencolok, Kesadaran Merek

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74.219	3	24.740	52.720	.000 ^b
	Residual	56.782	121	.469		
	Total	131.001	124			

a. Dependent Variable: Loyalitas Merek

b. Predictors: (Constant), Kesesuaian Merek Diri, Konsumsi yang Mencolok, Kesadaran Merek

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.769	.404		-1.901	.060
	Kesadaran Merek	.414	.130	.251	3.182	.002
	Konsumsi yang Mencolok	.530	.088	.464	6.050	.000
	Kesesuaian Merek Diri	.231	.113	.162	2.050	.043

a. Dependent Variable: Loyalitas Merek