

## **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan jika penggunaan *review Food blogger @dyodoran* dapat menarik minat beli pelanggan terhadap kuliner Yogyakarta sebesar 31.8% yang berarti *review* dari *food blogger @dyodoran* belum sepenuhnya memberi kontribusi sebagai faktor utama yang menentukan minat beli pelanggan karena masih terdapat faktor lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian yang dapat menentukan minat beli pelanggan. Tetapi secara statistik, *review food blogger* dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pelanggan dalam meningkatkan minat beli pelanggan dengan nilai P Value  $0.01 < 0.05$ .

### **B. Saran**

#### **1. Saran Akademis**

Saran akademis yang dapat diberikan oleh peneliti ialah untuk penelitian selanjutnya, dapat meneliti terkait dengan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen dalam hal kuliner. Hal tersebut terlihat dengan besaran pengaruh dari variabel-variabel lain di luar peneltiain ini ialah sebesar 68,2%. Selain itu, peneliti selanjutnya juga dapat melakukan penelitian secara kualitatif terkait dengan bagaimana komunikasi yang dilakukan *food blogger* untuk dapat menyampaikan pesan dan menciptakan daya tarik kepada penonton.

## 2. Saran Praktis

Saran praktis yang dapat diberikan peneliti kepada akun instagram @dyodoran ialah agar @dyodoran dapat lebih memperhatikan dan mempertimbangkan saran serta masukan *followers* atau penonton yang diberikan di kolom komentar untuk dapat meningkatkan kualitas konten, sehingga dapat tercipta adanya komunikasi 2 arah, menjangkau cakupan penonton yang lebih luas, dan meningkatkan ketertarikan penonton terhadap konten-konten yang dihasilkan.

### C. Batasan Penelitian

Keterbatasan yang ada dalam penelitian ini ialah variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini hanya terbatas dengan *review food blooger*. Sehingga penelitian ini tidak dapat menunjukkan perbandingan yang diberikan antara variabel *review food blogger* dengan variabel bebas lain. Penelitian ini juga hanya terbatas pada objek penelitian akun intagram @dyodoran, sehingga tidak memberikan pandangan dari responden yang mengikuti *food blogger – food blogger* lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, Renata & Oktavianti, Roswita. 2019. Komunikasi Interaktif *Food blogger* Pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus Akun @Anak.Kuliner dan @Eatandcouple). Jurnal Prologia Vol. 3 No.1: 209 – 216.
- Ananda, A. F., & Wandebori, H. (2016). "The Impact of Drugstore Makeup Product Reviews by Beauty Vlogger on Youtube Towards Purchase Intention by Undergraduate Students in Indonesia". International Conference on Ethics of Business, Economics and Social Sciences, 264-274.
- Chaovalit, P. (2014). Factors Influencing Cosmetics Purchase Intention in Thailand: A Study on the Relationship of Credibility and Reputation with in Persuasive Capabilities of Beauty *Bloggers*. Assumption University of Thailand. Vol 7, No. 1.
- Damayanti, R. (2015). Foodstagram pada Media Sosial (Studi Fenomenologi “Foodstagram Sebagai Ajang Promosi” pada Akun Instagram *Food blogger* @makansampaikenyang).
- Dataku. 2022. *UMKM DIY 2018-2022*. [http://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data\\_dasar/index/107-umkm?id\\_skpd=44](http://bappeda.jogjaprovo.go.id/dataku/data_dasar/index/107-umkm?id_skpd=44). Diakses pada Senin, 20 Oktober 2022, pukul 16.25 WIB.
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek. Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Firdayanti, A. et all. (2021). Literature *Review* Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Promosi dan *Endorsment*
- Firmansyah, M. A. (2009). Pemasaran (Dasar dan Konsep). Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Hapsari, Zella Hapna. 2019. Pengaruh *Review Food blogger* Javafoodie Terhadap Minat Berperilaku Konsumen Kuliner di Yogyakarta. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Herlambang, Susatyo. 2014. Basic Marketing. Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Ivan, Mahdi. 2022. Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia (2015 – 2022). <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-> pada-2022. Diakses pada Senin, 20 Oktober 2022, pukul 17:02 WIB.
- Kotler dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12 penerbit Erlangga.

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurnianto, Yeri Tri. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman Di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @tempatbiasa.kopi)*. Skripsi. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Albanjari.
- Kurniawati, Laurencia Steffanie Mega Wijaya & Marta, Rustono Farady. *Menelidik Sejarah Gudeg Sebagai Alternatif Wisata Dan Citra Kota Yogyakarta. Jurnal Sejarah, Budaya, dan Pengajarannya Vol. 15 No.1: 26 – 35.*
- Laksana, M. F. 2019. *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV. Al Fath.
- Masyhuri dan M. Zainuddin. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Teori dan Aplikasi*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Mumuni, A. G et. all. (2019). *Product Review Impact: The Relative Effectsof Review Credibility and Review Relevance.*
- Nugroho, Thallita Affifah & Azzahra, Farah Citra. 2022. *Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Social Commerce Usaha Bro.Do*. Jurnal Pustaka Komunikasi Vol.5 No.1: 136- 149.
- Riyanto, A. D. (2020). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. Diunduh pada 20 Juni 2020 <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Rohaeni, H. (2016). *Peranan Promosi Melalui Personal Selling terhadap Volume Penjualan*. *Ecodemica*, Vol. IV, No. 2.
- Rizaty, Monavia Ayu. 2022. *7 Destinasi Wisata Lokal yang Paling Diminati Warga, Bali Juara*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/23/7-destinasi-wisata-lokal-yang-paling-diminati-warga-bali-juara>. Diakses pada Senin, 10 Oktober 2022, pukul 14.08 WIB.
- Swasta, Basu dan Irawan. (1990). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Swasta, Basu dan Handoko, Hani, T. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty
- Shirky, Clay. (2008). *Here Comes Everybody : The Power of Organizing Without Organization*. USA: Penguin Press
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Syahbani, M. F. (2017). Pengaruh Promosi Melalui *Food blogger* pada Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Mahasiswa di Kota Bandung.
- Tashandra, N. (2018). *Food blogger*, dari Hobi Makan hingga Jadi Profesi. Diunduh pada 22 Juni 2021 <https://lifestyle.kompas.com/read/2018/04/23/050500920/food-blogger-dari-hobi-makan-hingga-jadi-profesi?page=all>.
- Tjiptono & Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Bayumedia, Malang.
- Tribunnews. (2021, 28 Februari). *Begini Awal Mula Dyodoran Jadi Food Vlogger, Bermula dari Konten Makan Cilok* [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=X4INDWb3jos>
- Weinberg, T. (2009). *The New Community Rules: Marketing on the Social Web*. O'Reilly Media.
- Widodo, A. et all. (2015). Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Nilai yang Dipersepsikan dalam Keputusan Pembelian pada Ades (Studi Kasus pada Mahasiswa/i Fakultas Komunikasi dan Bisnis Telkom University). *Ecodemica*, Vol. 3 No. 2.

**LAMPIRAN 1: Kuesioner Penelitian****KUESIONER****PENGARUH REVIEW FOOD BLOGGER TERHADAP MINAT BELI****KONSUMEN DI YOGYAKARTA (STUDI KASUS PADA PENGIKUT AKUN****INSTAGRAM @DYODORAN)***Trustworthiness*

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Informasi mengenai lokasi dalam unggahan akun <i>food blogger</i> dyodoran dapat dipercaya				
2	Informasi mengenai promo atau diskon dalam unggahan akun <i>food blogger</i> dyodoran dapat dipercaya				
3	Akun <i>food blogger</i> dyodoran mampu menampilkan <i>video</i> dengan menarik dan dapat membangkitkan selera				
4	Akun <i>food blogger</i> dyodoran mampu menampilkan foto dengan menarik dan dapat membangkitkan selera				
5	Harga yang tertera dalam unggahan akun <i>food blogger</i> dyodoran dapat dipercaya				
6	Informasi mengenai jam operasional buka dan tutup dari restoran yang diunggah pada akun <i>food blogger</i> dyodoran dapat dipercaya				

*Attractiveness*

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Ketika melihat unggahan dari <i>food blogger</i> dyodoran saya yakin bahwa akun tersebut memiliki reputasi yang baik				

2	Saya yakin dengan akun <i>food blogger</i> dyodoran memiliki karakter yang baik				
3	Saya mengikuti akun <i>food blogger</i> dyodoran karena memiliki banyak pengikut				
4	Saya jelas dengan konten yang diberikan oleh <i>food blogger</i> dyodoran				
5	Ketika melihat komentar positif dari pengikut akun <i>food blogger</i> dyodoran mengenai konten saya merasa yakin dengan akun tersebut				

### Expertise

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Akun <i>food blogger</i> dyodoran mampu membuat restoran yang dipromosikan menjadi tempat favorit yang banyak dikunjungi				
2	Saya percaya akun <i>food blogger</i> dyodoran memiliki kemampuan untuk membuat <i>caption</i> yang menarik serta sesuai dengan konten yang diunggah				
3	Saya percaya bahwa akun <i>food blogger</i> dyodoran dapat membentuk citra yang baik dari restoran yang diulas				
4	Akun <i>food blogger</i> dyodoran mampu menyampaikan informasi dengan jelas				
5	Akun <i>food blogger</i> dyodoran memiliki banyak varian makanan yang mampu memenuhi kebutuhan referensi				
6	Akun <i>food blogger</i> dyodoran memiliki banyak varian minuman yang mampu memenuhi kebutuhan referensi				

### Minat Beli

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
----	------------	----	---	----	-----



1	Saya bersedia mencari informasi lebih mengenai makanan yang diulas oleh akun <i>food blogger</i> dyodoran				
	Saya bersedia mencari informasi lebih mengenai minuman yang diulas oleh akun <i>food blogger</i> dyodoran				
2	Saya bersedia untuk memutar <i>video</i> makanan atau minuman yang diunggah oleh akun <i>food blogger</i> dyodoran				
3	Saya bersedia untuk menuliskan komentar untuk mendapatkan informasi lebih mengenai konten yang diunggah oleh akun <i>food blogger</i> dyodoran				
4	Saya bersedia untuk merekomendasikan teman-teman untuk mengikuti akun <i>food blogger</i> dyodoran untuk mencari referensi tentang kuliner				
5	Saya tertarik untuk membeli makanan yang diulas oleh akun <i>food blogger</i> dyodoran karena ekspektasi rasa yang lezat				
	Saya tertarik untuk membeli minuman yang diulas oleh akun <i>food blogger</i> dyodoran karena ekspektasi rasa yang lezat				
6	Saya tertarik untuk membeli makanan yang diulas oleh akun <i>food blogger</i> dyodoran karena harga terjangkau				
	Saya tertarik untuk membeli minuman yang diulas oleh akun <i>food blogger</i> dyodoran karena harga terjangkau				
7	Saya tertarik untuk membeli makanan yang diulas oleh akun <i>food blogger</i> dyodoran karena diskon atau promo				
	Saya tertarik untuk membeli minuman yang diulas oleh akun <i>food blogger</i> dyodoran karena diskon atau promo				
8	Saya menjadikan akun <i>food blogger</i> dyodoran sebagai preferensi utama dalam mencari panduan kuliner				
9	Saya akan setia untuk mengikuti akun <i>food blogger</i> dyodoran karena informasi yang saya dapat, untuk mengetahui pilihan kuliner yang sesuai dgn kebutuhan saya				



## LAMPIRAN 2: Tabulasi Responden

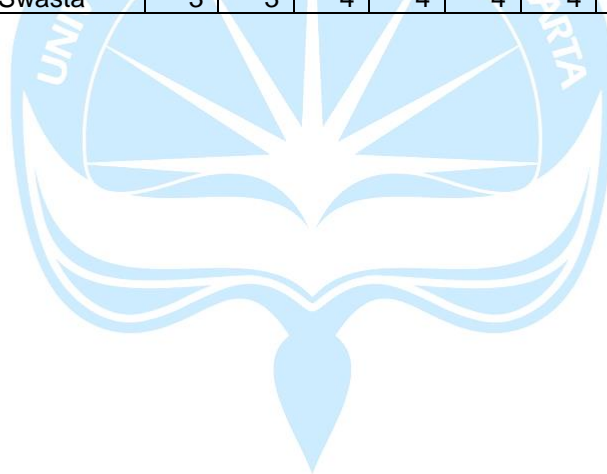
Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	Total
Perempuan	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	43
Laki-laki	S1	Pegawai Swasta	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40
Perempuan	S1	Wiraswasta	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	48
Perempuan	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	49
Laki-laki	SMA/SMK	Lainnya:	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	44
Perempuan	S1	PNS	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	44
Perempuan	S1	Wiraswasta	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40
Perempuan	SMP	Pelajar/Mahasiswa	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	42
Perempuan	S1	Wiraswasta	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	46
Perempuan	D3/D4	Pelajar/Mahasiswa	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	45
Laki-laki	SMA/SMK	Lainnya:	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	43
Perempuan	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	42
Laki-laki	S1	Pegawai Swasta	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	40
Laki-laki	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	43
Perempuan	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	49
Laki-laki	SMA/SMK	Pegawai Swasta	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
Perempuan	D3/D4	Pegawai Swasta	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	41
Laki-laki	D3/D4	Wiraswasta	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	41
Perempuan	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	4	2	3	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	42
Laki-laki	S1	Lainnya:	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	45



Perempuan	S1	Lainnya:	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
Perempuan	S2	Pegawai Swasta	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
Laki-laki	SMA/SMK	Pegawai Swasta	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	47
Perempuan	SMA/SMK	Ibu Rumah Tangga	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	49
Laki-laki	S1	PNS	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
Perempuan	S1	Wiraswasta	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	46
Perempuan	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	46
Perempuan	D3/D4	Pegawai Swasta	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	45
Laki-laki	SMA/SMK	Lainnya:	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	44
Perempuan	S1	Pelajar/Mahasiswa	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	46
Perempuan	SMA/SMK	Pegawai Swasta	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	44
Perempuan	S1	Ibu Rumah Tangga	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	42
Perempuan	D3/D4	PNS	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	44
Laki-laki	S1	Wiraswasta, Lainnya:	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	42
Laki-laki	SMA/SMK	Pegawai Swasta	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	42
Perempuan	S1	Pelajar/Mahasiswa	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	43
Laki-laki	S1	PNS	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	43
Laki-laki	D3/D4	Pegawai Swasta	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	42
Laki-laki	S1	PNS	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	41
Perempuan	SMA/SMK	Pegawai Swasta	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	43
Perempuan	S1	Pelajar/Mahasiswa	3	4	4	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	43
Perempuan	SMA/SMK	Lainnya:	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
Perempuan	S1	PNS	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	45

Laki-laki	SMP	Pelajar/Mahasiswa	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	43
Perempuan	S1	Wiraswasta	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
Laki-laki	S1	Pegawai Swasta	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	44
Perempuan	S1	Wiraswasta	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	41
Laki-laki	S1	Wiraswasta	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	42
Laki-laki	S1	Pegawai Swasta	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	45
Perempuan	D3/D4	Pegawai Swasta	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	43
Perempuan	S1	Pegawai Swasta	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	44
Laki-laki	S1	Pegawai Swasta	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
Perempuan	SMA/SMK	Wiraswasta	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	43
Perempuan	D3/D4	Pegawai Swasta	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	41
Laki-laki	S1	Pegawai Swasta	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	43
Laki-laki	S1	Wiraswasta	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
Perempuan	SMA/SMK	Lainnya:	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	43
Perempuan	S1	Pegawai Swasta	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	43
Laki-laki	S1	Pelajar/Mahasiswa	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	42
Perempuan	S1	Pegawai Swasta	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	44
Perempuan	SMP	Pelajar/Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
Perempuan	D3/D4	Pegawai Swasta	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	43
Perempuan	D3/D4	PNS	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	44
Perempuan	S1	PNS	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	43
Laki-laki	SMA/SMK	Lainnya:	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	44
Laki-laki	S1	Ibu Rumah Tangga	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	43
Perempuan	S1	Wiraswasta	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	43

Perempuan	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	46
Laki-laki	S1	PNS	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	42
Perempuan	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	43
Laki-laki	SMA/SMK	Wiraswasta	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	47
Laki-laki	D3/D4	Pegawai Swasta	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	42
Perempuan	S1	Pegawai Swasta	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	43
Perempuan	S1	Wiraswasta	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	45
Laki-laki	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	44
Perempuan	D3/D4	Pegawai Swasta	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	45



Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Total
Perempuan	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Laki-laki	S1	Pegawai Swasta	3	2	3	3	3	3	3	3	23
Perempuan	S1	Wiraswasta	4	2	3	4	3	4	4	3	27
Perempuan	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	4	2	3	3	2	4	2	4	24
Laki-laki	SMA/SMK	Lainnya:	3	2	2	4	4	4	3	3	25
Perempuan	S1	PNS	4	2	3	4	4	3	3	4	27
Perempuan	S1	Wiraswasta	3	2	3	3	2	3	3	3	22
Perempuan	SMP	Pelajar/Mahasiswa	4	3	3	3	4	4	4	3	28
Perempuan	S1	Wiraswasta	2	2	3	3	4	4	4	3	25
Perempuan	D3/D4	Pelajar/Mahasiswa	3	3	3	4	3	4	2	4	26
Laki-laki	SMA/SMK	Lainnya:	3	3	3	3	3	3	3	2	23
Perempuan	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	4	3	3	3	4	3	3	4	27
Laki-laki	S1	Pegawai Swasta	3	3	3	4	4	3	3	4	27
Laki-laki	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	3	4	3	3	4	3	3	2	25
Perempuan	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	2	2	3	4	3	4	2	4	24
Laki-laki	SMA/SMK	Pegawai Swasta	4	2	4	4	4	4	4	4	30
Perempuan	D3/D4	Pegawai Swasta	3	2	3	3	3	2	2	3	21









Perempuan	S1	Wiraswasta	3	3	4	3	3	4	3	3	26
Laki-laki	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Perempuan	D3/D4	Pegawai Swasta	4	3	3	3	3	3	3	4	26



