

## BAB V

### PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis mengambil kesimpulan penelitian sebagai berikut:

#### A. Kesimpulan

1. Hasil analisis *One Sample T-test* dapat disimpulkan bahwa konsumen memiliki tingkat motivasi yang tinggi untuk berbelanja di mall.
  - a. Variabel yang paling tinggi yang mempengaruhi motivasi berbelanja konsumen di mall adalah *exploration dimension*. Hal ini mengindikasikan bahwa motivasi belanja konsumen terjadi karena konsumen ingin menemukan sesuatu yang baru, mengetahui tren yang ada dan keinginan untuk mengetahui dan mencoba produk baru.
  - b. Variabel lainnya yang nilainya tinggi adalah *social dimension*. Hal ini mengindikasikan bahwa motivasi berbelanja di mall juga dipengaruhi oleh kebutuhan untuk bersosialisasi, baik dengan pramuniaga ataupun sebagai sarana rekreasi atau menghabiskan waktu luang bersama teman dan keluarga.
2. Hasil analisis perbedaan motivasi konsumen untuk berbelanja di mall dapat disimpulkan sebagai berikut:
  - a. Terdapat perbedaan motivasi konsumen untuk berbelanja di mall pada variabel *flow dimension*, *exploration dimension* dan *role enactment dimension* ditinjau dari perbedaan jenis kelamin. Konsumen perempuan memiliki motivasi yang

lebih tinggi pada dimensi *flow dimension*, *exploration dimension* dan *role enactment dimension* dibandingkan konsumen laki-laki. Sedangkan pada variabel yang lainnya yaitu variabel *aesthetic dimension*, *role enactment dimension*, *social dimension* dan *convenience dimension* tidak terdapat perbedaan motivasi belanja antara konsumen laki-laki dan perempuan.

- b. Tidak terdapat perbedaan motivasi belanja konsumen di mall berdasarkan perbedaan usia. Konsumen dengan usia yang berbeda memiliki motivasi belanja di mall yang sama tingginya.
- c. Tidak terdapat perbedaan motivasi belanja konsumen di mall berdasarkan perbedaan status pernikahan. Konsumen dengan status pernikahan yang berbeda memiliki motivasi belanja di mall yang sama tingginya.
- d. Tidak terdapat perbedaan motivasi belanja konsumen di mall berdasarkan perbedaan uang saku/pendapatan. Konsumen dengan uang saku/ pendapatan yang berbeda memiliki motivasi belanja di mall yang sama tingginya.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, maka penulis ingin menyampaikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian, terdapat perbedaan motivasi konsumen untuk berbelanja di mall pada variabel *flow dimension* ditinjau dari perbedaan jenis kelamin. Melihat hal tersebut, maka penting bagi pihak mall untuk menciptakan suasana yang lebih nyaman misalnya memperhatikan penerangan, memberikan alunan musik, memperhatikan suhu udara di mall dll sehingga konsumen merasa lebih betah di mall. Pihak manajemen mall juga dapat melakukan upaya untuk menarik lebih banyak pengunjung laki laki misalnya dengan mengadakan berbagai jenis pameran seperti pameran kendaraan, pameran elektronik dan lain sebagainya.
2. Dari hasil penelitian, terdapat perbedaan motivasi konsumen untuk berbelanja di mall pada variabel *exploration dimension* ditinjau dari perbedaan jenis kelamin. Melihat perbedaan tersebut, maka penting bagi pihak manajemen mall untuk memperbanyak *counter/tenant* yang menjual produk dengan item yang berbeda (bervariasi) yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen khususnya konsumen laki laki, selalu berusaha mengikuti trend yang ada, dan menawarkan barang yang *up to date* pada konsumen.
3. Dari hasil penelitian, terdapat perbedaan motivasi konsumen untuk berbelanja di mall pada variabel *role enactment dimension* ditinjau dari perbedaan jenis kelamin. Penulis merasa di masa mendatang, kegiatan berbelanja kebutuhan

sehari hari tidak hanya dilakukan kaum perempuan, kaum laki laki juga dapat melakukan kegiatan ini. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak manajemen mall untuk melengkapi *counter* kebutuhan sehari hari, memberikan kemudahan pembayaran dan mengadakan promosi promosi penjualan seperti *discount*, pemberian hadiah untuk pembelian barang dalam jumlah tertentu, adanya program undian berhadiah, dan lain sebagainya. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah konsumen yang berbelanja di mall.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmed.Zafar.Mory Ghinhold and Zainudin Dahari. 2006. *Malaysian Shopping Mall Behavior: an exploratory study*. Asia Pasific Journal of Marketing. volume 19 tahun 2007 halaman 331-348
- Albari, 2002, *Perilaku Konsumen Melalui Penelitian Motivasi*, Jurnal Siasat Bisnis, Volume 1 tahun 2002 hal 65 – 79
- Anto Dajan, 2000, *Pengantar Metode Statistik*, Jilid II, Penerbit LP3ES, Jakarta.
- Jogiyanto, H., 2004, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Penerbit BPFE Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajat.2008.*Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*.Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip,2005.,*Manajemen Pemasaran* , edisi ke kesebelas.Jilid 1.Jakarta: Penerbit PT Indeks Jakarta
- Lin, Chien Huang, Huang Shin Chieh. 2005, *The Effect of Individual Differences on Adolescents Impulsive Buying Behavior*. Academic Reseach Library tahun 2005
- Lin, Chien Huang, Lin Hung Min, 2005, *An Exploration of Taiwanese Adolescents Impulsive Buying Behavior*. Academic Reseach Library tahun 2005 volume 40
- Malhotra, Naresh.,2006, *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Edisi keempat. Jilid 2 . PT Indeks Kelompok Gramedia,Jakarta

- Nguyen, TM. Nguyen, TD dan Nigel J Barrett, 2005, *Hedonic shopping motivations, supermarket attributes, and shopper loyalty in transitional markets Evidence from Vietnam*, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics Vol. 19, 2007. hal. 227-239
- Robin, Stephen dan Mary Coulter, 2007, *manajemen*, edisi ke-8, jilid 2, PT Indeks, Jakarta
- Santoso, Singgih, 2001, *Statistik Parametrik*, Penerbit Elexmedia Komputindo, Jakarta.
- Schiffman, L.G. and L.L. Kanuk 1997 *Consumer Behavior*. edisi ke-6. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Sekaran, 2006, *Research Methods for Bussiness ( Metode Penelitian Bisnis )*, Edisi 2, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Semuel, Hatane, 2006, *Dampak Respon Emosi Terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Impulsif Konsumen Online dengan Sumberdaya yang Dikeluarkan dan Orientasi Belanja Sebagai Variabel Mediasi*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Volume.8, No. 2, September 2006: 101-115
- Shoham, Aviv, Maja Makovec Brencic., *Compulsive Buying Behavior*., The Journal of Consumer Marketing vol 20 no 2 tahun 2003 hal 127 – 138
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Tjiptono, Fandy, 2005, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- [www.wikipedia.org/wiki/mall](http://www.wikipedia.org/wiki/mall) dikunjungi pada tanggal 20 mei 2010
- [www.wikipedia.com/motivasi/teori](http://www.wikipedia.com/motivasi/teori) dikunjungi pada tanggal 19 Mei 2010



**LAMPIRAN 1**  
**PERTANYAAN KUESIONER**

Kepada Yth : Bapak / Ibu / Saudara / Saudari / Responden

Di tempat

Dengan hormat,

Perkenankanlah, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama : Melita**

**No. Mahasiswa : 060316297**

Adalah mahasiswi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang ingin melakukan penelitian skripsi dengan judul **MOTIVASI BERBELANJA DI MALL ( STUDI PADA KONSUMEN DI YOGYAKARTA )**. Berkaitan dengan penelitian ini saya ingin meminta bantuan Bpk/ Ibu/ Sdr/ Sdri untuk mengisi pertanyaan pada kuesioner yang dibagikan. Atas bantuannya saya ucapkan banyak terima kasih.

( Penulis )



## KUESIONER

Saya, mahasiswi Universitas Atma Jaya Yogyakarta ingin melakukan penelitian mengenai motivasi berbelanja ke mall. Berkaitan dengan penelitian ini, saya ingin meminta bantuan anda untuk mengisi kuesioner ini. Untuk itu saya ucapkan banyak terima kasih

Keterangan:

Motivasi belanja konsumen : Keinginan atau dorongan hati konsumen untuk melakukan kegiatan berbelanja di mall.

Hormat Saya

Melita

### BAGIAN 1

#### PROFIL RESPONDEN

Pilihlah satu jawaban diantara alternatif yang ada dengan memberikan tanda silang ( X )

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
  - a. Laki laki
  - b. Perempuan
3. Umur :
  - a. 16 – 25 tahun
  - b. 26 – 35 tahun
  - c. 36 – 45 tahun
  - d.  $\geq$  46 tahun

4. Status pernikahan :
  - a. Menikah
  - b. Belum menikah
5. Uang saku/ penghasilan setiap bulan :
  - a. < Rp 1.000.000,00
  - b. Rp 1.000.000,00 – Rp 1.999.999,99
  - c. Rp 2.000.000,00 – Rp 2.999.999,99
  - d. Rp 3.000.000,00 – Rp 3.999.999,99
  - e.  $\geq$  Rp 4.000.000,00

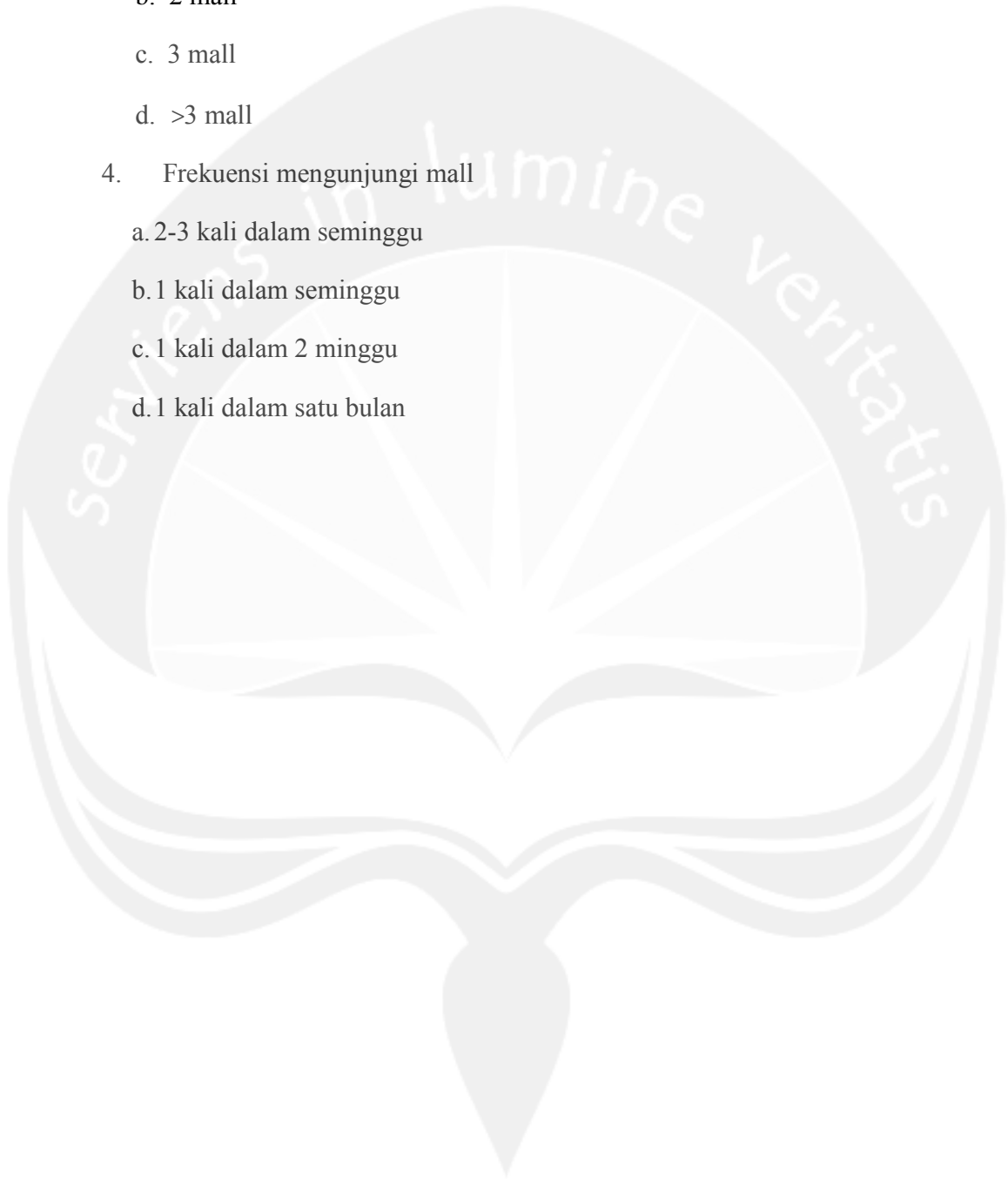
## BAGIAN II

### KEBIASAAN BERBELANJA DI MALL

**Pilihlah satu jawaban diantara alternatif yang ada dengan memberikan tanda silang ( X )**

1. Rata rata waktu yang dihabiskan di mall
  - a. < 1 jam
  - b. 1 jam – 2 jam
  - c. 2 jam – 3 jam
  - d. > 3 jam
2. Jumlah toko yang dikunjungi didalam mall
  - a. 1- 2 toko
  - b. 3-4 toko
  - c. 5-6 toko
  - d. > 6 toko

3. Jumlah mall yang dikunjungi dalam satu bulan
  - a. 1 mall
  - b. 2 mall
  - c. 3 mall
  - d. >3 mall
4. Frekuensi mengunjungi mall
  - a. 2-3 kali dalam seminggu
  - b. 1 kali dalam seminggu
  - c. 1 kali dalam 2 minggu
  - d. 1 kali dalam satu bulan





		STS	TS	N	S	SS
12	Ketika meninggalkan mall, kadang saya merasa kaget melihat hari sudah malam					
	<i>Exploration Dimension</i>					
13	Mall adalah tempat yang baik untuk menemukan sesuatu yang baru					
14	Beberapa toko didalam mall menarik untuk dikunjungi karena menjual produk yang menarik bagi saya					
15	Saya mengunjungi mall untuk mengetahui tren tren yang baru					
16	Saya tertarik untuk melihat produk baru dan mencobanya					
	<i>Role enactment dimension</i>					
17	Saya menganggap diri saya pembelanja yang baik dengan membandingkan harga saat berbelanja di mall					
18	Berbelanja kebutuhan sehari hari merupakan tugas wanita					
	<i>Social dimension</i>					
19	Saya pergi berbelanja dengan teman atau keluarga saya untuk bersosialisasi					
20	Saya merasa pelayanan di mall lebih ramah dan membantu konsumen					
	<i>Convenience dimension</i>					
21	Saya mengunjungi mall karena lokasi nya dekat dengan tempat tinggal saya					
22	Saya mengunjungi mall karena mudah untuk parkir					
23	Jam buka toko di mall sangat memudahkan konsumen					
24	Mall adalah tempat untuk melakukan one stop shopping					



**LAMPIRAN 2**  
**UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS**

## Aesthetic Dimension

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.763	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aesthetic_1	14.40	6.938	.581	.706
Aesthetic_2	14.30	6.286	.713	.658
Aesthetic_3	13.97	5.620	.706	.649
Aesthetic_4	14.27	7.926	.167	.856
Aesthetic_5	14.27	6.754	.628	.691

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.80	9.890	3.145	5

## Aesthetic Dimension

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Aesthetic_1	10.87	5.292	.576	.863
Aesthetic_2	10.77	4.461	.806	.771
Aesthetic_3	10.43	4.116	.710	.819
Aesthetic_5	10.73	4.823	.734	.804

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.27	7.926	2.815	4



## Escape Dimension

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.699	7

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Escape_1	21.70	6.976	.618	.604
Escape_2	21.37	7.757	.517	.639
Escape_3	21.50	7.569	.542	.631
Escape_4	21.37	7.895	.533	.639
Escape_5	21.37	8.792	.157	.734
Escape_6	21.67	8.989	.108	.748
Escape_7	21.43	7.495	.523	.635

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
25.07	10.271	3.205	7

## Escape Dimension

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Escape_1	14.60	4.869	.761	.777
Escape_2	14.27	5.513	.678	.803
Escape_3	14.40	5.559	.627	.816
Escape_4	14.27	5.651	.699	.800
Escape_7	14.33	5.816	.498	.852

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17.97	8.240	2.871	5

## Flow Dimension

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Flow_1	7.33	.782	.837	.829
Flow_2	7.33	.782	.837	.829
Flow_3	7.40	.800	.739	.914

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.03	1.689	1.299	3

## Exploration Dimension

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.970	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Exploration_1	12.73	6.202	.949	.957
Exploration_2	12.87	7.499	.871	.975
Exploration_3	12.63	6.792	.944	.954
Exploration_4	12.57	7.082	.957	.952

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.93	12.133	3.483	4

## Role Enactment Dimension

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	2

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Role_1	3.70	.493	.701	. <sup>a</sup>
Role_2	3.80	.510	.701	. <sup>a</sup>

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7.50	1.707	1.306	2

## Social Dimension

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	2

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Social_1	3.73	.961	.655	. <sup>a</sup>
Social_2	3.63	.654	.655	. <sup>a</sup>

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7.37	2.654	1.629	2

## Convenience Dimension

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Convenience_1	10.57	4.875	.870	.839
Convenience_2	10.63	4.861	.875	.837
Convenience_3	10.53	5.292	.788	.871
Convenience_4	10.57	5.702	.603	.935

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.10	8.921	2.987	4

Case Summaries

	Aesthetic _1	Aesthetic _2	Aesthetic _3	Aesthetic _4	Aesthetic _5	Escape_1	Escape_2	Escape_3	Escape_4	Escape_5
1	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4
2	3	4	5	3	4	2	3	3	3	4
3	3	3	3	5	3	4	5	4	4	4
4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3
5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4
6	4	4	5	5	4	2	2	3	2	5
7	3	3	3	3	3	3	4	5	4	3
8	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3
9	3	3	5	3	3	3	4	3	4	3
10	3	3	3	3	3	5	4	4	4	4
11	4	4	3	5	3	4	4	5	4	2
12	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5
13	5	5	5	2	5	2	3	2	3	2
14	2	2	2	2	2	4	4	4	5	4
15	4	4	5	5	4	3	2	3	3	4
16	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
17	3	4	4	4	5	3	2	3	2	3
18	4	4	5	5	3	2	4	3	4	3
19	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3
20	3	5	5	3	5	4	4	4	4	5
21	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4
22	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
23	2	4	4	4	4	3	3	3	3	5
24	3	2	3	5	3	4	4	5	4	5
25	5	5	5	2	5	4	4	4	4	4
26	3	3	5	3	3	4	4	3	4	4
27	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
30	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3



Case Summaries

	Escape_6	Escape_7	Flow_1	Flow_2	Flow_3	Exploratio n_1	Exploratio n_2	Exploratio n_3	Exploratio n_4	Role_1
1	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5
2	5	3	3	3	3	2	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4
4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4
5	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3
6	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	2	4	4	4	5	4	5	5	4
8	3	4	4	4	4	5	4	5	5	3
9	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4
10	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
11	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5
13	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
14	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	3	2	4	4	4	5	5	5	5	5
17	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4
18	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
19	2	4	4	4	4	5	5	5	5	4
20	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
21	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4
22	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4
23	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3
24	5	5	3	4	4	3	3	3	3	4
25	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3
26	3	4	4	3	4	5	5	5	5	3
27	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5
28	3	4	4	4	3	5	5	5	5	4
29	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4
30	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5

Case Summaries

	Role_2	Social_1	Social_2	Convenience_1	Convenience_2	Convenience_3	Convenience_4
1	4	4	3	3	3	3	3
2	3	3	4	4	3	3	4
3	4	4	3	3	4	3	3
4	4	3	5	3	3	3	5
5	3	5	5	5	5	5	3
6	3	4	4	5	5	5	5
7	4	4	5	4	4	4	4
8	3	2	2	4	3	3	3
9	4	4	4	3	3	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3
11	3	4	5	4	5	4	5
12	4	3	3	5	4	4	4
13	3	5	5	3	3	3	3
14	4	2	2	3	3	3	3
15	4	4	3	5	5	5	5
16	5	4	5	3	3	3	3
17	2	3	3	3	3	3	3
18	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	3	5	3
20	4	4	4	3	3	3	5
21	4	4	4	3	3	4	3
22	4	4	4	3	3	4	3
23	3	2	2	2	2	3	3
24	4	3	4	5	5	5	5
25	3	5	5	2	2	2	2
26	3	3	4	3	3	3	3
27	5	4	2	4	4	4	3
28	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	3	3	3	3
30	5	3	3	3	3	3	3



**LAMPIRAN 3**  
**TABEL FREKUENSI**

## Frequency Table

### Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lakil-laki	32	32.0	32.0	32.0
	Perempuan	68	68.0	68.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16 - 25 tahun	29	29.0	29.0	29.0
	26 - 35 tahun	49	49.0	49.0	78.0
	36 - 45 tahun	16	16.0	16.0	94.0
	>= 46 tahun	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Status pernikahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Menikah	61	61.0	61.0	61.0
	Belum menikah	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Uang saku/penghasilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 1.000.000	35	35.0	35.0	35.0
	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.999.999	22	22.0	22.0	57.0
	Rp. 2.000.000 - Rp. 2.999.999	29	29.0	29.0	86.0
	Rp. 3.000.000 - Rp. 3.999.999	9	9.0	9.0	95.0
	>= Rp. 4.000.000	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Rata-rata waktu yang dihabiskan di mall**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 - 2 jam	22	22.0	22.0	22.0
	> 2 - 3 jam	57	57.0	57.0	79.0
	> 3 jam	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Jumlah toko yang dikunjungi didalam mall**

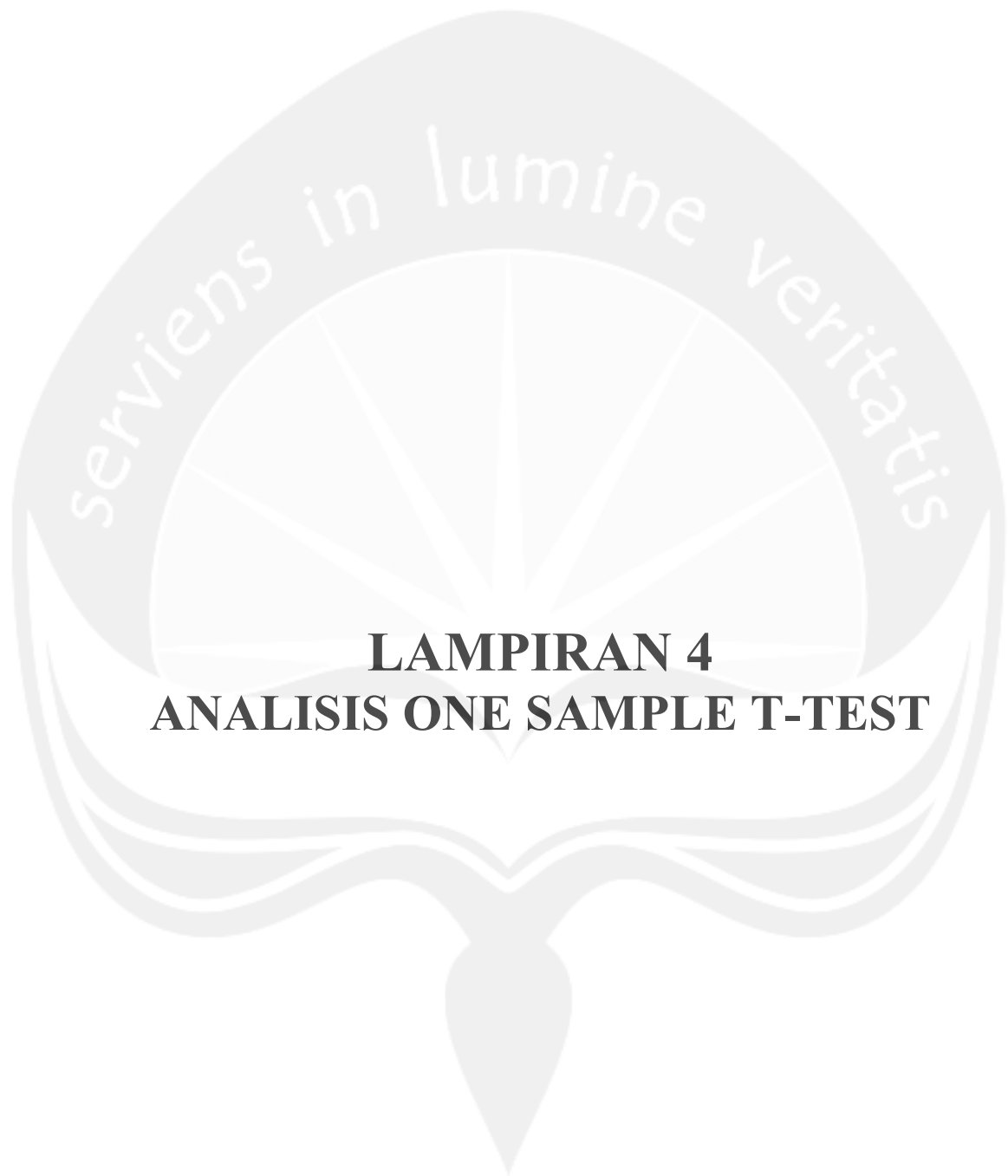
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 - 2 toko	40	40.0	40.0	40.0
	3 - 4 toko	53	53.0	53.0	93.0
	5 - 6 toko	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Jumlah mall yang dikunjungi dalam 1 bulan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 mall	4	4.0	4.0	4.0
	2 mall	63	63.0	63.0	67.0
	3 mall	28	28.0	28.0	95.0
	> 3 mall	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Frekuensi mengunjungi mall**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali dalam seminggu	25	25.0	25.0	25.0
	1 kali dalam 2 minggu	69	69.0	69.0	94.0
	1 kali dalam 1 bulan	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



**LAMPIRAN 4**  
**ANALISIS ONE SAMPLE T-TEST**

## T-Test

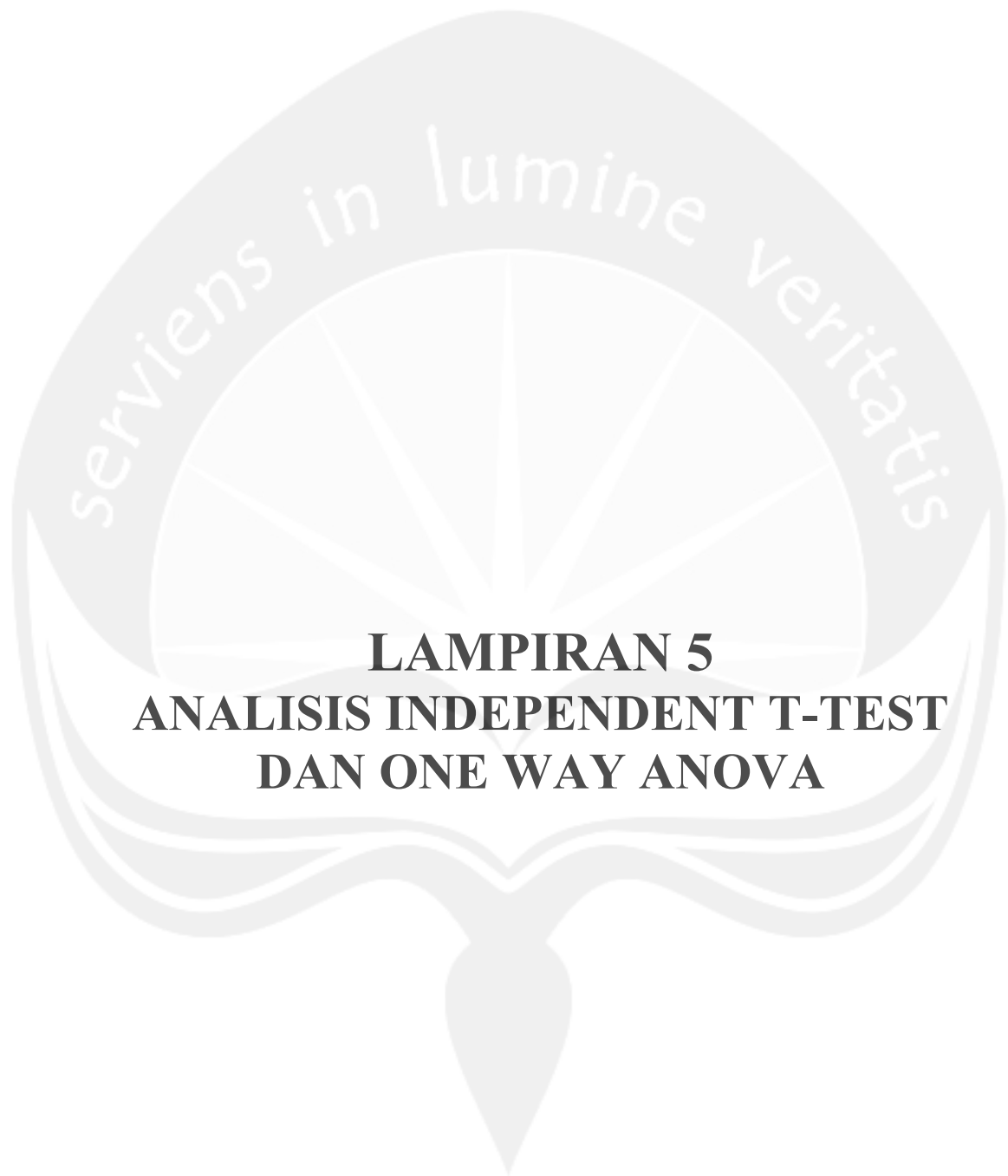
### One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Aesthetic Dimension	100	3.6625	.76242
Escape Dimension	100	3.6140	.68946
Flow Dimension	100	3.7000	.63652
Exploration Dimension	100	4.1400	.94903
Role Enactment Dimension	100	3.6950	.74838
Social Dimension	100	3.7650	.85415
Convenience Dimension	100	3.6150	.85533
Motivasi belanja	100	3.7416	.50329

### One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)
Aesthetic Dimension	8.689	99	.000
Escape Dimension	8.905	99	.000
Flow Dimension	10.997	99	.000
Exploration Dimension	12.012	99	.000
Role Enactment Dimension	9.287	99	.000
Social Dimension	8.956	99	.000
Convenience Dimension	7.190	99	.000
Motivasi belanja	14.736	99	.000



**LAMPIRAN 5**  
**ANALISIS INDEPENDENT T-TEST**  
**DAN ONE WAY ANOVA**



## T-Test

**Group Statistics**

	Jenis kelamin	N	Mean	Std. Deviation
Aesthetic Dimension	Lakil-laki	32	3.5938	.80760
	Perempuan	68	3.6949	.74419
Escape Dimension	Lakil-laki	32	3.4188	.70639
	Perempuan	68	3.7059	.66689
Flow Dimension	Lakil-laki	32	3.3333	.75728
	Perempuan	68	3.8725	.48878
Exploration Dimension	Lakil-laki	32	3.3906	.93743
	Perempuan	68	4.4926	.72787
Role Enactment Dimension	Lakil-laki	32	3.4219	.84347
	Perempuan	68	3.8235	.66784
Social Dimension	Lakil-laki	32	3.9063	.89296
	Perempuan	68	3.6985	.83371
Convenience Dimension	Lakil-laki	32	3.6016	1.04892
	Perempuan	68	3.6213	.75618

### Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Aesthetic Dimension	Equal variances assumed	-.617	98	.539
	Equal variances not assumed	-.599	56.547	.552
Escape Dimension	Equal variances assumed	-1.971	98	.052
	Equal variances not assumed	-1.930	57.757	.059
Flow Dimension	Equal variances assumed	-4.284	98	.000
	Equal variances not assumed	-3.683	43.571	.001
Exploration Dimension	Equal variances assumed	-6.425	98	.000
	Equal variances not assumed	-5.869	49.251	.000
Role Enactment Dimension	Equal variances assumed	-2.574	98	.012
	Equal variances not assumed	-2.367	49.976	.022
Social Dimension	Equal variances assumed	1.136	98	.259
	Equal variances not assumed	1.108	57.196	.272
Convenience Dimension	Equal variances assumed	-.107	98	.915
	Equal variances not assumed	-.096	46.725	.924

## Oneway

### Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation
Aesthetic Dimension	16 - 25 tahun	29	3.6724	.65159
	26 - 35 tahun	49	3.7143	.76886
	36 - 45 tahun	16	3.5938	.81074
	>= 46 tahun	6	3.3750	1.15920
	Total	100	3.6625	.76242
Escape Dimension	16 - 25 tahun	29	3.5034	.68582
	26 - 35 tahun	49	3.7224	.69140
	36 - 45 tahun	16	3.6000	.66131
	>= 46 tahun	6	3.3000	.75631
	Total	100	3.6140	.68946
Flow Dimension	16 - 25 tahun	29	3.5977	.57307
	26 - 35 tahun	49	3.7551	.65537
	36 - 45 tahun	16	3.8125	.50139
	>= 46 tahun	6	3.4444	1.04704
	Total	100	3.7000	.63652
Exploration Dimension	16 - 25 tahun	29	4.0086	.96936
	26 - 35 tahun	49	4.1735	.91885
	36 - 45 tahun	16	4.3906	.83650
	>= 46 tahun	6	3.8333	1.39344
	Total	100	4.1400	.94903
Role Enactment Dimension	16 - 25 tahun	29	3.6724	.75918
	26 - 35 tahun	49	3.7449	.74388
	36 - 45 tahun	16	3.7188	.63163
	>= 46 tahun	6	3.3333	1.08012
	Total	100	3.6950	.74838
Social Dimension	16 - 25 tahun	29	3.8621	.71834
	26 - 35 tahun	49	3.8673	.86467
	36 - 45 tahun	16	3.5313	.90312
	>= 46 tahun	6	3.0833	1.02062
	Total	100	3.7650	.85415
Convenience Dimension	16 - 25 tahun	29	3.5603	.88301
	26 - 35 tahun	49	3.7143	.86903
	36 - 45 tahun	16	3.6094	.72439
	>= 46 tahun	6	3.0833	.91742
	Total	100	3.6150	.85533

**ANOVA**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Aesthetic Dimension	Between Groups	.706	3	.235	.397	.755
	Within Groups	56.841	96	.592		
	Total	57.547	99			
Escape Dimension	Between Groups	1.525	3	.508	1.072	.365
	Within Groups	45.535	96	.474		
	Total	47.060	99			
Flow Dimension	Between Groups	1.047	3	.349	.857	.466
	Within Groups	39.064	96	.407		
	Total	40.111	99			
Exploration Dimension	Between Groups	2.125	3	.708	.781	.507
	Within Groups	87.040	96	.907		
	Total	89.165	99			
Role Enactment Dimension	Between Groups	.931	3	.310	.546	.652
	Within Groups	54.517	96	.568		
	Total	55.448	99			
Social Dimension	Between Groups	4.449	3	1.483	2.100	.105
	Within Groups	67.779	96	.706		
	Total	72.227	99			
Convenience Dimension	Between Groups	2.266	3	.755	1.034	.381
	Within Groups	70.161	96	.731		
	Total	72.428	99			

## T-Test

**Group Statistics**

	Status pernikahan	N	Mean	Std. Deviation
Aesthetic Dimension	Menikah	61	3.6516	.82447
	Belum menikah	39	3.6795	.66379
Escape Dimension	Menikah	61	3.6787	.71394
	Belum menikah	39	3.5128	.64530
Flow Dimension	Menikah	61	3.7486	.68760
	Belum menikah	39	3.6239	.54708
Exploration Dimension	Menikah	61	4.1885	.96140
	Belum menikah	39	4.0641	.93668
Role Enactment Dimension	Menikah	61	3.7049	.77662
	Belum menikah	39	3.6795	.71163
Social Dimension	Menikah	61	3.7213	.90611
	Belum menikah	39	3.8333	.77233
Convenience Dimension	Menikah	61	3.6352	.87151
	Belum menikah	39	3.5833	.83967

**Independent Samples Test**

t-test for Equality of Means

		t	df	Sig. (2-tailed)
Aesthetic Dimension	Equal variances assumed	-.177	98	.860
	Equal variances not assumed	-.186	92.770	.853
Escape Dimension	Equal variances assumed	1.176	98	.243
	Equal variances not assumed	1.202	87.003	.233
Flow Dimension	Equal variances assumed	.955	98	.342
	Equal variances not assumed	1.004	93.267	.318
Exploration Dimension	Equal variances assumed	.638	98	.525
	Equal variances not assumed	.641	82.674	.523
Role Enactment Dimension	Equal variances assumed	.165	98	.869
	Equal variances not assumed	.168	86.237	.867
Social Dimension	Equal variances assumed	-.638	98	.525
	Equal variances not assumed	-.661	90.112	.511
Convenience Dimension	Equal variances assumed	.295	98	.769
	Equal variances not assumed	.297	83.335	.767

## Oneway

### Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation
Aesthetic Dimension	< Rp. 1.000.000	35	3.6786	.66025
	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.999.999	22	3.6705	.72533
	Rp. 2.000.000 - Rp. 2.999.999	29	3.7328	.82357
	Rp. 3.000.000 - Rp. 3.999.999	9	3.1667	.97628
	>= Rp. 4.000.000	5	4.0000	.72887
	Total	100	3.6625	.76242
Escape Dimension	< Rp. 1.000.000	35	3.5371	.64127
	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.999.999	22	3.5636	.75249
	Rp. 2.000.000 - Rp. 2.999.999	29	3.7241	.65118
	Rp. 3.000.000 - Rp. 3.999.999	9	3.7111	.69362
	>= Rp. 4.000.000	5	3.5600	1.08995
	Total	100	3.6140	.68946
Flow Dimension	< Rp. 1.000.000	35	3.6381	.55053
	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.999.999	22	3.8485	.64017
	Rp. 2.000.000 - Rp. 2.999.999	29	3.6437	.66027
	Rp. 3.000.000 - Rp. 3.999.999	9	3.7037	.82402
	>= Rp. 4.000.000	5	3.8000	.83666
	Total	100	3.7000	.63652
Exploration Dimension	< Rp. 1.000.000	35	4.0714	.94241
	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.999.999	22	4.1477	.98398
	Rp. 2.000.000 - Rp. 2.999.999	29	4.0948	1.00759
	Rp. 3.000.000 - Rp. 3.999.999	9	4.4722	.76490
	>= Rp. 4.000.000	5	4.2500	1.03078
	Total	100	4.1400	.94903
Role Enactment Dimension	< Rp. 1.000.000	35	3.6857	.72847
	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.999.999	22	3.8182	.73266
	Rp. 2.000.000 - Rp. 2.999.999	29	3.5862	.75674
	Rp. 3.000.000 - Rp. 3.999.999	9	3.7778	.83333
	>= Rp. 4.000.000	5	3.7000	.97468
	Total	100	3.6950	.74838
Social Dimension	< Rp. 1.000.000	35	3.8571	.76285
	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.999.999	22	3.9318	.66000
	Rp. 2.000.000 - Rp. 2.999.999	29	3.6379	.97190
	Rp. 3.000.000 - Rp. 3.999.999	9	3.2222	1.00347
	>= Rp. 4.000.000	5	4.1000	1.02470
	Total	100	3.7650	.85415
Convenience Dimension	< Rp. 1.000.000	35	3.5571	.83377
	Rp. 1.000.000 - Rp. 1.999.999	22	3.7273	.84130
	Rp. 2.000.000 - Rp. 2.999.999	29	3.6379	.90531
	Rp. 3.000.000 - Rp. 3.999.999	9	3.3056	.85493
	>= Rp. 4.000.000	5	3.9500	.90830
	Total	100	3.6150	.85533

**ANOVA**

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Aesthetic Dimension	Between Groups	2.936	4	.734	1.277	.285
	Within Groups	54.611	95	.575		
	Total	57.547	99			
Escape Dimension	Between Groups	.714	4	.178	.366	.832
	Within Groups	46.347	95	.488		
	Total	47.060	99			
Flow Dimension	Between Groups	.761	4	.190	.459	.765
	Within Groups	39.350	95	.414		
	Total	40.111	99			
Exploration Dimension	Between Groups	1.279	4	.320	.346	.846
	Within Groups	87.886	95	.925		
	Total	89.165	99			
Role Enactment Dimension	Between Groups	.742	4	.185	.322	.863
	Within Groups	54.706	95	.576		
	Total	55.448	99			
Social Dimension	Between Groups	4.590	4	1.148	1.612	.178
	Within Groups	67.637	95	.712		
	Total	72.228	99			
Convenience Dimension	Between Groups	1.833	4	.458	.617	.652
	Within Groups	70.595	95	.743		
	Total	72.428	99			





**LAMPIRAN 5**  
**CODING PROFILE RESPONDEN DAN**  
**KEBIASAAN BERBELANJA DI MALL**

## Case Summaries

	Jenis kelamin	Umur	Status pernikahan	Uang saku/penghasilan	Rata-rata waktu yang dihabiskan di mall	Jumlah toko yang dikunjungi didalam mall	Jumlah mall yang dikunjungi dalam 1 bulan	Frekuensi mengunjungi mall
1	2	2	2	1	2	1	2	2
2	1	1	2	1	3	1	2	3
3	2	1	2	1	4	2	2	2
4	2	2	2	1	2	1	1	3
5	1	2	2	1	3	1	2	3
6	2	1	2	1	3	2	3	3
7	1	2	2	1	4	2	2	3
8	2	2	2	1	4	2	2	3
9	2	2	2	1	3	2	2	3
10	2	2	2	2	2	2	2	3
11	2	1	2	1	3	2	3	3
12	2	2	2	2	3	1	2	4
13	1	2	2	2	4	2	2	3
14	2	3	1	3	3	2	2	3
15	2	2	2	3	4	3	4	3
16	2	1	2	1	2	3	2	3
17	2	2	1	2	3	2	2	3
18	1	1	2	1	3	1	2	3
19	2	1	2	1	2	1	3	3
20	2	2	1	2	3	2	3	3
21	2	4	1	2	4	2	2	3
22	2	3	1	2	3	2	2	3
23	2	1	2	1	3	1	3	3
24	1	2	1	2	2	2	3	3
25	1	2	1	3	2	1	2	3
26	2	2	1	3	3	2	2	3
27	2	2	1	4	3	2	2	3
28	2	2	1	3	3	2	2	3
29	2	1	2	1	2	2	3	2
30	1	1	2	1	3	2	2	2
31	1	2	1	3	3	1	2	3
32	1	1	2	1	3	2	2	3
33	2	1	2	1	4	2	3	3
34	2	3	1	2	2	3	4	2
35	2	2	1	2	4	1	2	2
36	1	1	2	1	4	2	3	3
37	1	2	1	2	4	1	2	3
38	2	4	1	3	3	1	2	2
39	1	4	1	3	4	1	2	3
40	2	2	1	3	2	2	4	3
41	2	2	1	3	3	2	3	3
42	2	3	1	3	3	2	3	3
43	1	2	1	3	3	2	2	3
44	1	2	1	4	4	1	2	3
45	2	1	2	1	3	3	2	2
46	2	2	1	3	4	1	2	2
47	2	2	1	3	2	1	3	4
48	2	2	1	2	2	2	3	3
49	1	1	2	1	3	1	3	2
50	1	1	2	1	3	1	3	3
51	2	2	1	2	3	2	2	3
52	2	4	1	4	3	1	2	3
53	2	3	1	4	3	2	2	2
54	1	2	1	3	3	2	2	2
55	2	1	2	1	4	1	2	3

## Case Summaries

	Jenis kelamin	Umur	Status pernikahan	Uang saku/penghasilan	Rata-rata waktu yang dihabiskan di mall	Jumlah toko yang dikunjungi didalam mall	Jumlah mall yang dikunjungi dalam 1 bulan	Frekuensi mengunjungi mall
56	2	1	2	1	3	2	2	3
57	2	2	1	3	3	2	3	2
58	2	2	1	4	4	3	3	3
59	2	3	1	4	3	1	3	2
60	1	3	1	2	3	1	2	3
61	2	2	1	5	2	1	2	3
62	2	2	1	2	3	2	2	3
63	2	1	2	1	2	2	2	2
64	2	2	1	2	3	2	2	3
65	1	2	1	3	3	3	4	2
66	2	3	1	2	3	2	3	3
67	2	3	1	4	2	1	3	3
68	2	2	1	3	2	1	2	4
69	2	1	2	1	2	1	1	2
70	2	2	1	4	2	2	2	3
71	1	2	1	5	3	2	3	3
72	2	2	1	5	3	2	3	3
73	2	2	1	5	4	1	2	2
74	2	2	1	4	4	1	2	3
75	2	2	1	3	2	2	2	3
76	2	1	2	1	3	1	3	4
77	2	3	1	5	3	1	2	2
78	1	4	1	3	4	2	2	3
79	1	1	2	1	4	2	2	3
80	2	2	1	3	3	2	4	3
81	2	2	1	3	3	1	3	2
82	2	2	1	2	3	1	2	4
83	1	1	2	1	3	2	3	3
84	1	2	1	2	2	3	1	3
85	2	1	2	1	3	2	2	3
86	2	1	2	1	2	1	2	3
87	2	2	1	2	3	2	3	2
88	2	3	1	3	3	2	2	3
89	2	3	1	3	3	2	2	2
90	1	1	2	1	3	1	2	2
91	1	1	2	1	3	2	2	3
92	1	3	1	2	2	1	1	3
93	2	3	1	3	3	2	3	3
94	2	1	2	1	4	1	2	3
95	1	3	1	3	3	2	2	2
96	1	1	2	1	3	2	2	2
97	1	4	1	3	3	1	2	3
98	2	3	1	3	3	1	2	3
99	1	2	1	2	4	2	3	3
100	2	2	1	3	3	1	2	4

Case Summaries

	Aesthetic _1	Aesthetic _2	Aesthetic _3	Aesthetic _4	Escape_1	Escape_2	Escape_3	Escape_4	Flow_1	Flow_2
1	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4
2	3	4	5	3	2	3	3	3	3	3
3	3	3	3	5	4	5	4	4	4	4
4	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4
5	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3
6	4	4	5	5	2	2	3	2	3	3
7	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4
8	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
9	3	3	5	3	3	4	3	4	4	4
10	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4
11	4	4	3	5	4	4	5	4	3	3
12	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
13	5	5	5	2	2	3	2	3	3	3
14	2	2	2	2	4	4	4	5	4	4
15	4	4	5	5	3	2	3	3	3	3
16	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
17	3	4	4	4	3	2	3	2	4	4
18	4	4	5	5	2	4	3	4	3	3
19	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
20	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4
21	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
22	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
23	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4
24	3	2	3	5	4	4	5	4	3	4
25	5	5	5	2	4	4	4	4	3	3
26	3	3	5	3	4	4	3	4	4	3
27	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
30	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
31	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
32	3	4	5	3	2	3	3	3	3	3
33	3	3	3	5	4	5	4	4	4	4
34	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4
35	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3
36	4	4	5	5	2	2	3	2	3	3
37	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4
38	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
39	3	2	3	2	3	3	2	4	3	2
40	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4
41	4	4	3	5	4	4	5	4	3	3
42	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
43	5	5	5	2	2	3	2	3	3	3
44	2	2	1	2	4	2	1	2	2	1
45	4	4	5	5	3	2	3	3	3	3
46	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
47	3	4	4	4	3	2	3	2	4	4
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	3	2	3	3	4	2	2	3	2	3
50	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4
51	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
52	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
53	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4
54	3	2	3	5	4	4	5	4	3	4
55	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4

Case Summaries

	Aesthetic _1	Aesthetic _2	Aesthetic _3	Aesthetic _4	Escape_1	Escape_2	Escape_3	Escape_4	Flow_1	Flow_2
56	3	3	5	3	4	4	3	4	4	3
57	4	3	5	3	4	4	4	5	4	5
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
60	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	3	4	5	3	2	3	3	3	3	3
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4
65	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3
66	4	4	5	5	2	2	3	2	3	3
67	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4
68	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4
69	3	3	5	3	3	4	3	4	4	4
70	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5
71	4	4	3	5	4	4	5	4	3	3
72	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
73	5	5	5	2	2	3	2	3	3	3
74	2	2	2	2	4	4	4	5	4	4
75	4	4	5	5	3	2	3	3	3	3
76	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4
77	3	4	4	4	3	2	3	2	4	4
78	4	4	5	5	5	4	3	4	5	4
79	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
80	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4
81	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	2	4	4	4	3	5	4	3	4	4
84	3	2	3	2	4	4	2	4	2	3
85	5	5	5	2	4	4	4	4	3	3
86	3	3	5	3	4	4	3	4	4	3
87	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
90	3	3	2	3	4	2	2	4	4	2
91	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4
92	3	4	5	3	2	3	3	3	3	3
93	3	3	3	5	4	5	4	4	4	4
94	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4
95	4	3	5	5	4	4	4	4	3	3
96	4	4	5	5	2	2	3	2	3	3
97	2	3	2	1	2	2	2	2	1	2
98	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
99	3	3	5	3	3	4	3	4	4	4
100	3	3	3	3	5	4	4	4	4	4

Case Summaries

	Flow_3	Exploratio n_1	Exploratio n_2	Exploratio n_3	Exploratio n_4	Role_1	Role_2	Social_1	Social_2	Convenie nce_1
1	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3
2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4
3	4	5	4	5	5	4	4	4	3	3
4	4	5	4	5	5	4	4	3	5	3
5	3	2	3	3	3	3	3	5	5	5
6	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5
7	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4
8	4	5	4	5	5	3	3	2	2	4
9	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3
10	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3
11	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4
12	4	5	5	5	5	5	4	3	3	5
13	3	3	3	3	4	3	3	5	5	3
14	3	4	4	4	4	4	4	2	2	3
15	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5
16	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3
17	4	5	5	5	5	4	2	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
19	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
20	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
21	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3
22	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3
23	3	4	4	4	4	3	3	2	2	2
24	4	3	3	3	3	4	4	3	4	5
25	3	3	3	4	4	3	3	5	5	2
26	4	5	5	5	5	3	3	3	4	3
27	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4
28	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4
29	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3
30	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3
31	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4
32	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4
33	4	5	4	5	5	4	4	4	3	3
34	4	5	4	5	5	4	4	3	5	3
35	3	2	3	3	3	3	3	5	5	5
36	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5
37	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4
38	4	5	4	5	5	3	3	2	2	4
39	3	3	2	3	2	2	4	2	3	3
40	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3
41	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4
42	4	5	5	5	5	5	4	3	3	5
43	3	3	3	3	4	3	3	5	5	3
44	2	4	4	2	1	2	2	2	2	1
45	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5
46	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3
47	4	5	5	5	5	4	2	3	3	3
48	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5
49	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3
50	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
51	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3
52	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3
53	3	4	4	4	4	3	3	2	2	2
54	4	3	3	3	3	4	4	3	4	5
55	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4

## Case Summaries

	Flow_3	Exploratio n_1	Exploratio n_2	Exploratio n_3	Exploratio n_4	Role_1	Role_2	Social_1	Social_2	Convenie nce_1
56	4	5	5	5	5	3	3	3	4	3
57	5	5	5	5	5	5	5	4	2	5
58	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4
59	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3
60	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	4	5	4	5	5	4	4	3	5	3
65	3	2	3	3	3	3	3	5	5	5
66	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5
67	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4
68	4	5	5	5	5	3	3	5	4	5
69	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3
70	5	4	5	5	5	5	3	3	4	5
71	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4
72	4	5	5	5	5	5	4	3	3	5
73	3	3	3	3	4	3	3	5	5	3
74	3	4	4	4	4	4	4	2	2	3
75	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5
76	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3
77	4	5	5	5	5	4	2	3	3	3
78	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4
79	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
80	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
81	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
83	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
84	4	2	3	2	2	2	3	3	4	2
85	3	3	3	4	4	3	3	5	5	2
86	4	5	5	5	5	3	3	3	4	3
87	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4
88	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4
89	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3
90	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3
91	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3
92	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4
93	4	5	4	5	5	4	4	4	3	3
94	4	5	4	5	5	4	4	3	5	3
95	3	2	3	3	3	3	3	5	5	5
96	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5
97	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2
98	4	5	4	5	5	3	3	2	2	4
99	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3
100	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3

Case Summaries

	Convenience_2	Convenience_3	Convenience_4
1	3	3	3
2	3	3	4
3	4	3	3
4	3	3	5
5	5	5	3
6	5	5	5
7	4	4	4
8	3	3	3
9	3	3	3
10	3	3	3
11	5	4	5
12	4	4	4
13	3	3	3
14	3	3	3
15	5	5	5
16	3	3	3
17	3	3	3
18	4	4	4
19	3	5	3
20	3	3	5
21	3	4	3
22	3	4	3
23	2	3	3
24	5	5	5
25	2	2	2
26	3	3	3
27	4	4	3
28	4	4	4
29	3	3	3
30	3	3	3
31	5	5	4
32	3	3	4
33	4	3	3
34	3	3	5
35	5	5	3
36	5	5	5
37	4	4	4
38	3	3	3
39	3	2	2
40	3	3	3
41	5	4	5
42	4	4	4
43	3	3	3
44	2	3	1
45	5	5	5
46	3	3	3
47	3	3	3
48	4	5	5
49	3	2	3
50	3	3	5
51	3	4	3
52	3	4	3
53	2	3	3
54	5	5	5
55	4	4	5



Case Summaries

	Convenience_2	Convenience_3	Convenience_4
56	3	3	3
57	5	4	5
58	4	4	4
59	3	3	3
60	5	5	5
61	5	5	5
62	3	3	4
63	5	5	5
64	3	3	5
65	5	5	3
66	5	5	5
67	4	4	4
68	4	4	4
69	3	3	3
70	4	5	4
71	5	4	5
72	4	4	4
73	3	3	3
74	3	3	3
75	5	5	5
76	3	3	3
77	3	3	3
78	5	4	5
79	3	5	3
80	3	3	5
81	3	4	3
82	5	5	5
83	4	4	4
84	2	1	2
85	2	2	2
86	3	3	3
87	4	4	3
88	4	4	4
89	3	3	3
90	2	1	2
91	3	3	3
92	3	3	4
93	4	3	3
94	3	3	5
95	5	5	3
96	5	5	5
97	2	1	2
98	3	3	3
99	3	3	3
100	3	3	3