

BAB V

PENUTUP

Dalam bab ini akan membahas kesimpulan dari hasil penelitian tentang pengaruh *Power Prestige, Anxiety, Distrust, Materialism* terhadap *Compulsive Use of the Credit Card*. Dalam bab ini juga terdapat implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan saran.

5.1 Kesimpulan

Bagian ini akan memberikan kesimpulan mengenai hasil penelitian yang ditemukan dalam penelitian mengenai *Power Prestige, Anxiety, Distrust, Materialism* terhadap *Compulsive Use of the Credit Card*, sebagaimana telah dipresentasikan dan dibahas dalam Bab IV. Berdasarkan hasil analisis regresi yang telah dilakukan dan diuraikan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis diterima, sehingga menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah, yaitu bahwa variabel *Power Prestige, Anxiety, Distrust, Materialism* memiliki pengaruh terhadap *Compulsive Use of the Credit Card*. Akan tetapi pada hipotesis 3 terdapat pengaruh negatif yang mempengaruhi *Compulsive Use of the Credit Card*.

1. Variabel *Power Prestige* berpengaruh positif terhadap *Compulsive Use of the Credit Card*.
2. Variabel *Anxiety* berpengaruh positif terhadap *Compulsive Use of the Credit Card*.

3. Variabel *Distrust* berpengaruh negatif terhadap *Compulsive Use of the Credit Card*.
4. Variabel *Materialism* berpengaruh positif terhadap *Compulsive Use of the Credit Card*.

5.2 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif, terdapat beberapa implikasi manajerial :

Berdasarkan hasil rata-rata terendah pada item variabel *Power Prestige* yaitu “Saya membeli suatu barang karena saya tahu akan membuat mereka terkesan.” menunjukkan pentingnya membangun identitas merek yang kuat. Penyedia jasa dapat mempertimbangkan kelompok sasaran yang memiliki kebutuhan untuk membuat kesan yang kuat pada orang lain. Ini dapat memengaruhi bagaimana produk atau layanan diposisikan dan dipasarkan kepada segmen pasar yang relevan. Untuk memahami apakah produk atau layanan penyedia kartu kredit benar-benar membuat penggunanya terkesan, manajer perlu menggunakan alat-alat seperti survei kepuasan penggunanya. mengukur kesan dan kepuasan pelanggan dapat membantu meningkatkan produk dan layanan yang diberikan. Selanjutnya, peneliti menguraikan penggunaan kartu kredit dari sisi penggunanya. Pengguna kartu kredit diharapkan untuk lebih fokus pada pengelolaan keuangan yang lebih bijak dan meminimalkan pengeluaran yang tidak perlu untuk menciptakan kesan materialistis. Pengguna kartu kredit mungkin lebih cenderung untuk mencari penawaran khusus yang memungkinkan untuk menghemat uang dalam transaksi

yang dilakukan. Pengguna kartu kredit lebih fokus pada manfaat finansial dari kartu kredit, seperti cashback, bunga rendah, atau perlindungan pembelian.

Berdasarkan hasil rata-rata terendah pada item variabel *Anxiety* “Saya menunjukkan perilaku yang mengkhawatirkan dalam hal uang.” Manajer perlu memperhatikan perilaku finansial karyawan karena masalah keuangan pribadi dapat memengaruhi kinerja mereka di tempat kerja. Peningkatan kesadaran tentang masalah keuangan pribadi dan ketersediaan sumber daya atau pelatihan keuangan dapat membantu mengatasi masalah ini. Penyedia jasa dapat menyediakan program pelatihan keuangan kepada karyawan. Ini dapat membantu meningkatkan pemahaman mereka tentang pengelolaan keuangan pribadi, investasi, dan perencanaan masa depan. Mendorong karyawan untuk lebih bertanggung jawab atas keuangan pribadi mereka dapat meningkatkan rasa keterlibatan dan kebahagiaan di tempat kerja. Ini juga dapat membantu mengurangi dampak negatif dari perilaku keuangan yang mengkhawatirkan. Selanjutnya, peneliti menguraikan penggunaan kartu kredit dari sisi penggunanya. Pengguna kartu kredit cenderung kurang untuk mengidentifikasi atau mengatasi masalah keuangan. Pengguna kartu kredit kurang peka terhadap timbulnya tanda-tanda bahaya atau perubahan dalam situasi keuangan penggunanya. Pengguna ini memiliki risiko pengeluaran yang tidak terkendali atau lebih boros, dikarenakan pengguna kartu kredit tidak memperhatikan dengan cermat keadaan keuangan yang dimiliki. Pengeluaran yang tidak terkendali, risiko terkait utang kartu kredit juga dapat meningkat. Pengguna dengan perilaku yang mengkhawatirkan dalam hal uang

mungkin berisiko mengalami utang yang tinggi apabila tidak memantau pengeluarannya secara lebih cermat.

Berdasarkan hasil rata-rata terendah pada item variabel *Distrust* “Saya mengeluh mengenai harga barang yang telah saya beli.” Manajer perlu mengevaluasi apakah penentuan harga produk atau layanan sesuai dengan nilai yang diberikan kepada pelanggan. Menangani keluhan pelanggan tentang harga dengan baik dapat membantu membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Manajer perlu melatih tim layanan pelanggan untuk mengelola keluhan dengan efektif dan memberikan solusi yang memuaskan. Perusahaan perlu berkomunikasi dengan pelanggan tentang nilai tambah produk atau layanan mereka. Selanjutnya, peneliti menguraikan penggunaan kartu kredit dari sisi penggunaannya. Diharapkan pengguna kartu kredit tidak mudah dipengaruhi oleh fluktuasi harga atau strategi harga perusahaan dalam pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil rata-rata terendah pada item variabel *Materialism* “Hidup saya akan lebih baik jika saya memiliki hal-hal tertentu yang tidak saya miliki.” Perusahaan dapat mempertimbangkan cara untuk memposisikan produk atau layanannya sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan. Perusahaan dapat melakukan penelitian pasar untuk mengidentifikasi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Ini membantu perusahaan dalam merancang produk atau layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Pemahaman harapan dan aspirasi pelanggan adalah kunci untuk membangun hubungan jangka panjang yang kuat. Manajer perlu berfokus pada memahami apa

yang penting bagi pelanggan dan bagaimana produk atau layanan mereka dapat membantu dalam mencapai kebahagiaan atau kepuasan. Selanjutnya, peneliti menguraikan penggunaan kartu kredit dari sisi penggunanya. Diharapkan penggunaan kartu kredit lebih bijak dan tidak terpaku pada konsumtif seperti pembelian barang secara berlebihan dan juga tidak selalu mencari kebahagiaan dalam memiliki barang-barang baru. Pemahaman yang lebih bijak terhadap penggunaan kartu kredit, dikarenakan pengguna tidak terlalu mementingkan kepemilikan barang-barang materi. Hal ini dapat mengurangi risiko hutang yang tinggi serta pengeluaran yang tidak terkendali. Pengguna kartu kredit juga harus lebih sadar akan prioritas hidup dan lebih fokus pada hal-hal yang lebih penting dalam mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan.

Berdasarkan hasil rata-rata terendah pada item variabel *Compulsive Use of the Credit Card* “Saya kurang mempermasalahakan harga suatu produk ketika saya menggunakan kartu kredit.” Perusahaan dapat mempertimbangkan bagaimana mereka mengkomunikasikan opsi pembayaran dengan kartu kredit dan memahami bagaimana hal ini memengaruhi perilaku pembelian. Perusahaan dapat menggunakan penawaran promosi yang menargetkan pemegang kartu kredit, seperti diskon atau poin reward, untuk mendorong penggunaan kartu kredit dan mengurangi perhatian terhadap harga. Manajer perlu memahami bagaimana penggunaan kartu kredit dapat memengaruhi perilaku konsumen dan memberikan sumber daya atau pelatihan yang relevan tentang manajemen keuangan. Selanjutnya, peneliti menguraikan penggunaan kartu kredit dari sisi penggunanya. Pengguna kartu kredit diharapkan dapat mempertimbangkan kegunaan dari barang

yang akan dibeli. Pengguna juga diharapkan membatasi anggaran yang akan dikeluarkan untuk membeli suatu barang yang ingin dimiliki. Pengguna kartu kredit perlu memahami konsekuensi finansial dari pembelian dengan menggunakan kartu kredit.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian yang perlu diperhatikan:

1. Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarluaskan menggunakan google form, sehingga memungkinkan terjadinya data yang bias.
2. Penelitian ini berfokus penggunaan kartu kredit di wilayah Surakarta, sehingga hasil studi yang dilakukan sifatnya terbatas.
3. Penelitian ini hanya membahas tentang pengaruh *Power Prestige, Anxiety, Distrust, Materialism* terhadap *Compulsive Use of the Credit Card* saja. Padahal *Compulsive Use of the Credit Card* tidak hanya dipengaruhi oleh variabel *Power Prestie, Anxiety, Distrust, dan Materialism* saja tetapi ada beberapa variabel lain yang bersangkutan dengan *Compulsive Use of the Credit Card* contohnya *Overspending on credit cards* (Ming et al., 2021), *Consumer Behavior, Consumer Culture* (Cordeiro et al., 2019) , *Materialistic Value, Hedonistic values* (Eren et al., 2012) yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

5.4 Saran Penelitian

Saran yang diajukan untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya dapat menerapkan filter pada formulir dengan cara mewajibkan pencantuman alamat email.
2. Untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti pengguna kartu kredit di kota lain yang ada di Indonesia.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat membahas variabel lain yang bersangkutan dengan *Compulsive Use of the Credit Card* agar penelitian selanjutnya lebih baik lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Badgaiyan, A. J., & Verma, A. (2014). Intrinsic factors affecting impulsive buying behaviour-evidence from india. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 21(4), 537–549. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.04.003>
- Braza, A. (2020, January 30). *Apa itu PayLater?*
<https://sis.binus.ac.id/2020/01/30/apa-itu-paylater/>
- Burroughs, J. E., & Rindfleisch, A. (2002). Materialism and Well Being: A Conflicting Values Perspective. *Journal of Consumer Research*, 29(3), 348–370. <https://doi.org/10.1086/344429>
- Chaplin, J. D. (2000). *Livy's exemplary history*. Oxford University Press.
- Cho, J. (2006a). The Mechanism of Trust and Distrust Formation and Their Relational Outcomes. *Journal of Retailing*, 82(1), 25–35.
<https://doi.org/10.1016/j.jretai.2005.11.002>
- Cho, J. (2006b). The Mechanism Of Trust and Distrust Formation and Their Relational Outcomes. *Journal of Retailing*, 82(1), 25–35.
<https://doi.org/10.1016/j.jretai.2005.11.002>
- Cordeiro, R. A., Wong, N., & Ponchio, M. C. (2019). A Gift Economy Perspective on the Cycle of Financial Vulnerability. *Journal of Macromarketing*, 39(1), 25–36. <https://doi.org/10.1177/0276146718808569>
- Dittmar, H. (2005). Dittmar Two Factor Model of Compulsive Buying a New Look At " Compulsive Buying ": Self Discrepancies and Materialistic Values as Predictions of Compulsive Buying Tendency. In *Journal of Social and Clinical Psychology* (Vol. 24, Issue 6).
- Eren, S. S., Eroğlu, F., & Hacıoglu, G. (2012). Compulsive Buying Tendencies through Materialistic and Hedonic Values among College Students in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 58, 1370–1377.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1121>
- Felipe, I. J. dos S., Silva, M. M., & Ceribeli, H. B. (2023a). Precedents Of The Compulsive Use of a Credit Card: An Analysis of University Students' Buying Behavior. *Revista de Gestao*, 30(1), 47–61.
<https://doi.org/10.1108/REGE-12-2020-0122>
- Felipe, I. J. dos S., Silva, M. M., & Ceribeli, H. B. (2023b). Precedents of the compulsive use of a credit card: an analysis of university students' buying behavior. *Revista de Gestao*, 30(1), 47–61. <https://doi.org/10.1108/REGE-12-2020-0122>

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Hartono, J. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis (Salah Kaprah dan Pengalaman-pengalaman)* (6th ed.). BPFE Yogyakarta.
- Henderson, R. (2023, June 12). *What is PayPal and how does it work?* Pocket Lint.
- Jusoh, Z., & Lin, L. (2012). Personal Financial Knowledge and Attitude towards Credit Card Practices among Working Adults in Malaysia. In *International Journal of Business and Social Science* (Vol. 3, Issue 7). www.ijbssnet.com
- Khare, A. (2016). Money Attitudes, Credit Card and Compulsive Buying Behaviour: a Study on Indian Consumers. In *Int. J. Business Competition and Growth* (Vol. 5, Issue 3).
- Kurniawan, Y. I., & Barokah, T. I. (2020). Klasifikasi Penentuan Pengajuan Kartu Kredit Menggunakan K-Nearest Neighbor. *Jurnal Ilmiah MATRIK*, 22(1).
- Li, D., Jiang, Y., An, S., Shen, Z., & Jin, W. (2009). The Influence of Money Attitudes on Young Chinese Consumers' Compulsive Buying. *Young Consumers*, 10(2), 98–109. <https://doi.org/10.1108/17473610910964688>
- Liao, J., & Wang, L. (2009). Face as a Mediator of The Relationship Between Material Value and Brand Consciousness. *Psychology and Marketing*, 26(11), 987–1001. <https://doi.org/10.1002/mar.20309>
- Lubis, N. (2009). *Depresi. Tinjauan Psikologi* (Vol. 1). Prenada Media.
- Margaretha, F., & Sari, S. (2015). Faktor Penentu Tingkat Literasi Keuangan Para Pengguna Kartu Kredit di Indonesia. *Journal of Accounting and Investment*, 16. <https://doi.org/10.18196/jai.2015.0038.132>
- Medeiros, F. G. de, Diniz, I. S. F. N., Costa, F. J. da, & Pereira, R. de C. F. (2015). Influencia de Estresse, Materialismo e Autoestima na Compra Compulsiva de Adolescentes. *Revista de Administração Contemporânea*, 19(spe2), 137–156. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac20151553>
- Ming, Y., Li, C., & Chen, J. (2021). Acquisition mode and credit card overspending behavior: An empirical analysis of the credit card industry. *Journal of Consumer Affairs*, 55(1), 232–253. <https://doi.org/10.1111/joca.12341>
- Palan, K. M., Morrow, P. C., Trapp, A., & Blackburn, V. (2011). Compulsive Buying Behavior in College Students: The Mediating Role of Credit Card Misuse. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(1), 81–96. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190105>

- Ramadani, M. (2019). *Pengaruh Attitude Toward Money Terhadap Compulsive Buying Behaviour Pengguna Kartu Kredit*. 2(2). www.kartu-kredit.info
- Richins, M. L. (2004). The Material Values Scale: Measurement Properties and Development of A Short Form. In *Journal of Consumer Research* (Vol. 31, Issue 1, pp. 209–219). <https://doi.org/10.1086/383436>
- Richins, M. L., & Dawson, S. (1992). A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), 303. <https://doi.org/10.1086/209304>
- Rimenda, T., & Listiawati, R. (2013). Pengaruh Diskon dan Penggunaan Kartu Kredit Terhadap ”Compulsive Buying”. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 1, 56–60.
- Roberts, J. A. (1998). Compulsive Buying Among College Students: An Investigation of Its Antecedents, Consequences, and Implications For Public Policy. *Journal of Consumer Affairs*, 32(2), 295–319. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.1998.tb00411.x>
- Santini, F. D. O., Ladeira, W. J., Vieira, V. A., Araujo, C. F., & Sampaio, C. H. (2019). Antecedents and Consequences of Impulse Buying: A Meta Analytic Study. In *RAUSP Management Journal* (Vol. 54, Issue 2, pp. 178–204). Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/RAUSP-07-2018-0037>
- Santos, D. B., Mendes-Da-Silva, W., Norvilitis, J. M., Protin, P., & Onusic, L. (2022). Parents Influence Responsible Credit Use in Young Adults: Empirical Evidence from the United States, France, and Brazil. *Journal of Family and Economic Issues*, 43(2), 368–383. <https://doi.org/10.1007/s10834-021-09792-2>
- Sari, M. P., & Suyasa, P. T. Y. S. (2017). Materialistic Value and Credit Card Usage as Predictors of Compulsive Clothing Buying among Young Adult Women. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 21(2), 83. <https://doi.org/10.7454/mssh.v21i2.3503>
- Srinivas, D. dan B. (2013). *Materialism*.
- Surya, M. (2013). *Psikologi Guru: Konsep dan Aplikasi* (A. Hasim & D. Nurjamal, Eds.; 1st ed.). Alfabeta .
- Susanti, N. M. D., & Utama, R. P. (2022). Status Paritas dengan Tingkat Kecemasan Pada Ibu Pre Operasi Sectio Caesarea. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Sandi Husada*, 297–307. <https://doi.org/10.35816/jiskh.v11i2.752>
- Widi, S. (2022, August 30). *Jumlah Kartu Kredit Beredar Capai 16,58 Juta pada Juni 2022*. DataIndonesia.Id.

Yee, T. S., Seong, L. C., & Chin, W. S. (2019). Patient's Intention to Use Mobile Health App. *Journal of Management Research*, 11(3), 18.
<https://doi.org/10.5296/jmr.v11i3.14776>



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUISONER

Determinan Penggunaan Kartu Kredit : Studi Perilaku Pembelian

Kompulsif Konsumen di Surakarta

Kepada responden yang terhormat,

Saya Vincent Agustinus Tjahyanto mahasiswa aktif Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan nomor mahasiswa 190324793 sedang melakukan penelitian yang berjudul "Determinan Penggunaan Kartu Kredit : Studi Perilaku Pembelian Kompulsif Konsumen di Surakarta" untuk memenuhi tugas akhir/skripsi S1.

Besar harapan saya untuk bantuan teman-teman dan Bapak/Ibu dalam mengisi kuisisioner ini dengan sebaik-baiknya guna menunjang penelitian ini. Segala macam informasi yang diperoleh akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kebutuhan akademis saja. Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Vincent Agustinus Tjahyanto

No	Pertanyaan	Pilihan Jawaban			
		Pria		Wanita	
1	Jenis Kelamin				
2	Usia	21 - 26	27 - 32	33 - 38	39 - 44 45 - 50
3	Penghasilan dalam satu bulan	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	Rp > 10.000.000	

4	Jumlah penggunaan kartu kredit dalam satu bulan	1 - 2 Kali	3 - 4 Kali	>5 Kali
---	---	------------	------------	---------

Petunjuk Pengisian :

1. Jawablah setiap pertanyaan dengan jawaban yang sesuai dengan pendapat anda serta memberikan tanda checklist (√) dikolom yang sudah disediakan.

2. Indikator:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1
 2 = Tidak Setuju (TS) = Skor 2
 3 = Netral (N) = Skor 3
 4 = Setuju (S) = Skor 4
 5 = Sangat Setuju (SS) = Skor 5

Bagian 1: Power Prestige

NO	PERTANYAAN	1	2	3	4	5
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menggunakan uang agar orang lain melakukan sesuatu kepada saya.					
2	Saya membeli suatu barang karena saya tahu akan membuat mereka terkesan.					
3	Sejujurnya saya memiliki niat untuk membuat orang lain terkesan.					
4	Saya bersikap seolah-olah uang adalah simbol utama dari keberhasilan.					
5	Saya mengakui bahwa saya terkadang berbohong mengenai berapa banyak uang yang saya punya.					

6	Saya menunjukkan rasa hormat kepada orang-orang yang memiliki lebih banyak uang.					
7	Meskipun saya menilai keberhasilan orang dengan perbuatan mereka, saya lebih dipengaruhi oleh jumlah uang yang mereka miliki.					
8	Saya sering mencoba untuk mengetahui apakah orang lain mempunyai lebih banyak uang daripada saya.					

Bagian 2: Anxiety

NO	PERTANYAAN	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1	Saya menunjukkan tanda-tanda kegugupan ketika saya tidak punya cukup uang.					
2	Saya menunjukkan perilaku yang mengkhawatirkan dalam hal uang.					
3	Saya khawatir saya tidak aman secara finansial.					

Bagian 3: Distrust

NO	PERTANYAAN	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1	Ketika saya membeli sesuatu, saya mengeluh tentang harga yang akan saya bayar.					
2	Saya mengeluh mengenai harga barang yang telah saya beli.					
3	Setelah membeli sesuatu, saya bertanya-tanya apakah saya bisa mendapatkan barang yang sama dengan harga lebih murah di tempat lain.					
4	Saya merasa terganggu ketika mengetahui bahwa saya bisa mendapatkan sesuatu dengan harga lebih murah di tempat lain.					

Bagian 4: Materialism

NO	PERTANYAAN	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1	Saya mengagumi orang-orang yang memiliki rumah, mobil, dan pakaian mahal.					
2	Membeli sesuatu memberi saya banyak kesenangan.					
3	Hidup saya akan lebih baik jika saya memiliki hal-hal tertentu yang tidak saya miliki.					
4	Saya akan lebih bahagia jika saya mampu membeli lebih banyak barang.					
5	Kadang-kadang saya merasa terganggu karena saya tidak mampu membeli semua barang yang saya inginkan.					

Bagian 5: Compulsive Use of the Credit Card

NO	PERTANYAAN	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
1	Saya kurang mempermasalahkan harga suatu produk ketika saya menggunakan kartu kredit.					
2	Saya tidak memikirkan apa yang akan terjadi ketika berbelanja dengan kartu kredit.					
3	Saya menghabiskan lebih banyak uang ketika menggunakan kartu kredit.					

LAMPIRAN 2. DATA RESPONDEN

Jenis Kelamin	Usia	Penghasilan dalam satu bulan	Penggunaan kartu kredit dalam satu bulan
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	33 - 38	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp > 10.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	33 - 38	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp > 10.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	45 - 50	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp > 10.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	45 - 50	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp > 10.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	39 - 44	Rp > 10.000.000	>5 Kali

Perempuan	33 - 38	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Perempuan	39 - 44	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp > 10.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp > 10.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	33 - 38	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	33 - 38	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	39 - 44	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	39 - 44	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali

Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp > 10.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	45 - 50	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Perempuan	39 - 44	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	39 - 44	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali

Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	45 - 50	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	39 - 44	Rp > 10.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	>5 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Perempuan	33 - 38	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali

Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	21 - 26	Rp 3.000.000 - Rp 5.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	21 - 26	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp > 10.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp > 10.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp > 10.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Perempuan	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	>5 Kali
Perempuan	27 - 32	Rp > 10.000.000	>5 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	27 - 32	Rp > 10.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp > 10.000.000	3 - 4 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali

Laki-Laki	33 - 38	Rp > 10.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Laki-Laki	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	1 - 2 Kali
Perempuan	33 - 38	Rp 6.000.000 - Rp 8.000.000	3 - 4 Kali

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8
4	5	5	5	1	2	1	5
2	5	5	5	4	5	5	4
1	1	1	1	1	2	1	1
2	4	5	5	4	5	2	2
2	5	2	5	5	2	5	5
4	2	2	4	1	2	2	1
2	1	1	2	4	5	1	1
1	1	1	5	4	1	5	1
2	4	5	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	5	5	4
2	2	2	5	5	5	5	5
3	5	5	4	1	4	4	3
5	5	5	5	1	5	5	5
5	1	1	4	1	5	1	1
1	1	1	1	1	1	1	5
2	1	1	1	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4
3	4	2	2	2	2	2	3
2	3	3	4	2	2	2	1
1	5	5	5	2	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
1	1	1	5	1	3	1	1
1	1	1	1	2	1	1	2
1	1	1	1	1	2	2	2
4	4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
1	3	4	5	4	1	2	5
1	1	2	1	2	1	1	1
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4
4	4	5	5	4	4	5	5

5	4	5	4	4	5	5	5
5	4	4	2	4	4	4	5
1	1	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	4	5
5	5	4	5	5	4	4	2
1	1	5	5	5	4	4	5
5	5	5	4	5	5	4	5
5	5	4	4	5	4	4	5
2	2	3	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5	5	4
4	4	5	5	5	5	5	4
5	4	4	2	2	5	5	5
1	1	1	5	1	5	1	1
4	4	4	5	5	4	5	5
2	4	4	4	2	4	4	4
1	2	2	3	2	3	2	4
3	2	5	3	2	2	2	3
1	1	1	3	1	1	1	1
2	2	2	2	1	1	1	2
5	5	4	5	5	4	5	4
5	4	5	5	5	5	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	5	5	4	5
5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	4	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	4	5	4
5	4	5	4	5	5	5	4
5	4	5	5	5	5	4	5

4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	4	5	5
5	4	4	5	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5
5	4	4	5	5	4	5	5
5	4	4	4	5	4	5	5
5	4	5	4	4	5	4	5
5	4	4	4	4	4	4	5
2	5	4	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	5	5	4	4
5	4	4	4	5	5	4	5
4	5	4	4	4	5	5	4
4	5	5	5	5	5	4	4
5	4	4	5	5	4	5	5
4	4	5	5	4	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4	5
5	5	4	5	5	5	5	4
5	4	4	1	2	2	2	2
4	5	5	4	4	5	4	5
5	4	5	5	5	5	4	5
5	4	4	5	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4
4	4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5	4	4
4	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	4	4	4	4	5
5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	4	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	5	5	5	5	4	5
5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	3	3	5	4	3	5
5	5	5	5	4	4	5	4
4	5	5	5	4	5	5	5
4	1	4	5	4	5	4	4

5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5
3	3	5	5	4	5	5	5
5	4	5	4	4	4	5	4
4	5	5	4	5	5	5	5
5	4	4	5	5	4	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5
4	2	3	4	3	3	3	3
4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5
3	4	5	4	4	4	5	5
3	3	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5
5	5	4	4	4	5	5	5
5	5	4	5	5	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	4
5	5	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	4	4	5
4	4	5	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	4	4	4
5	4	5	5	5	4	4	4
5	5	4	4	5	5	5	4
4	4	5	5	5	4	5	5
4	5	5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	4	5	4	5

5	5	4	5	5	5	4	5
4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	5	5	5	5	5	4
4	4	5	5	5	4	4	5
5	4	4	5	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	5	4
4	5	5	5	4	5	4	5
4	4	5	4	5	5	5	4
5	5	5	4	4	4	5	4
4	5	4	4	5	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5	5
4	5	5	4	4	5	5	5
4	4	5	5	4	5	5	5
4	4	5	5	4	4	4	5
4	4	5	5	5	5	4	4
5	4	5	4	5	5	5	4
4	5	5	4	4	5	5	4
4	5	5	5	5	4	4	4
4	5	5	5	4	4	5	5
5	4	4	5	5	5	4	5
4	5	5	4	5	5	4	4
5	4	4	4	5	5	4	5
4	4	5	5	4	5	4	5
4	5	5	4	4	5	5	4
5	4	4	5	5	5	4	5
4	4	5	5	4	5	5	4
4	5	4	4	5	5	5	5
4	5	5	5	4	4	5	5
1	2	1	2	1	2	2	2
1	2	1	2	2	1	2	1
1	2	2	1	2	1	2	2
2	1	2	2	1	2	2	1
2	1	1	2	2	1	2	1
1	1	2	1	1	2	2	1
1	2	2	1	1	2	2	1
1	2	1	2	1	1	2	1
1	2	2	2	2	1	1	1
2	1	2	1	2	1	2	1
1	1	1	2	1	2	1	2

2	1	1	2	1	1	2	2
2	1	2	2	1	1	1	2
1	1	2	2	1	2	1	2
1	2	2	2	2	1	2	1

X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
4	2	2	2	2	2	2
5	5	5	2	4	5	5
3	3	4	3	2	2	3
5	5	5	2	2	4	5
5	5	4	2	2	4	5
4	5	5	1	2	1	5
5	4	4	1	1	5	5
5	4	5	2	2	5	2
4	4	5	2	2	2	1
3	5	4	5	5	4	5
2	2	4	2	2	4	5
5	3	5	3	3	5	5
5	5	5	4	1	2	5
4	4	4	2	2	5	5
1	1	1	5	2	5	5
2	2	4	5	2	5	5
1	4	5	1	1	5	5
5	5	4	4	4	4	5
2	2	2	2	2	2	2
4	4	3	2	3	3	2
5	5	1	1	1	2	5
5	1	4	5	5	5	5
5	1	5	3	3	2	3
4	3	4	3	2	4	5
2	2	2	3	3	4	4
4	4	3	4	4	3	4
5	5	4	5	4	4	5
4	4	5	5	2	4	5
2	1	2	2	1	4	4
5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	5	4	5
4	5	5	5	5	4	1
4	4	5	5	5	4	4

4	5	3	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	5
5	5	4	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	4	4	5	5
4	4	5	5	4	4	4
5	5	4	5	5	4	4
5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	4
5	4	4	5	5	5	4
5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5	5
5	4	4	5	4	4	5
5	5	5	5	4	5	4
5	4	5	5	5	5	4
4	5	5	5	4	5	5
4	4	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	4	5
5	5	5	4	5	5	5
5	4	4	5	4	5	5
5	5	5	4	5	5	4
5	2	2	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	5
4	5	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	4	5
4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	4	4	5
5	5	4	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5
5	5	4	5	4	4	4
4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5

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

5	5	4	5	5	4	5
4	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5
4	5	4	5	5	4	4
5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	5	5	5	4
5	5	4	5	5	4	5
5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4
5	4	4	5	4	5	4
5	5	4	5	5	4	5
5	5	4	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	5	4	5
5	4	4	5	5	4	4
5	5	4	4	5	4	5
4	5	5	4	5	5	4
5	5	5	4	4	5	4
5	5	4	5	5	5	4
5	5	4	5	5	4	4
5	4	5	5	4	4	5
5	5	4	5	4	5	5
4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5
5	5	4	4	5	5	5
2	1	2	2	2	2	1
1	2	1	1	1	2	2
1	2	2	1	2	2	2
2	1	2	1	1	2	2
1	1	2	2	1	1	2
1	1	2	1	2	2	2
1	2	2	1	2	2	1
1	2	2	1	2	2	1
2	1	1	2	1	1	1
1	2	2	2	2	1	2
1	1	2	2	2	2	2
1	1	2	2	1	1	2
2	1	2	1	1	2	1

2	2	1	1	2	2	2
1	2	2	1	1	2	2

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3
4	5	4	5	4	4	4	5
5	2	2	5	2	2	2	5
4	4	2	3	2	1	1	1
5	1	1	2	5	2	5	4
5	2	2	5	5	4	2	5
1	5	4	5	4	5	4	1
2	1	1	1	1	1	5	5
5	5	5	5	5	1	1	5
5	4	4	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	4
2	2	2	2	2	1	5	2
4	3	3	3	3	3	3	3
5	5	1	5	5	1	1	1
2	2	2	2	4	2	2	5
5	2	1	4	5	1	1	5
5	1	1	1	1	1	1	1
5	5	1	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	2	2	2
3	4	3	4	2	4	4	4
5	5	1	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	2	1	1
3	3	3	3	3	1	1	1
4	3	3	2	3	2	2	1
4	3	4	3	4	5	4	4
5	5	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	2	5	2	4
4	4	4	4	4	2	2	2
4	5	4	5	4	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5
4	4	5	4	5	4	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	4	5
5	5	1	5	5	2	4	4
5	5	2	5	5	4	4	5

4	5	1	5	5	4	2	5
5	5	1	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	2	5	4
5	2	5	5	4	4	5	4
1	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	5	4	5	4
5	2	5	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	4	4	5
5	2	5	4	4	5	4	2
5	5	5	5	5	1	1	5
5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	2	4	4	4	4	4
2	4	3	4	4	2	1	3
3	3	4	3	4	2	2	2
4	5	3	4	2	1	3	1
4	5	4	4	4	2	2	4
5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	5
4	5	5	5	4	4	5	5
5	5	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5	5	5
4	5	4	4	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	5
5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	4	5	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5
5	5	5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	5	5	4	5

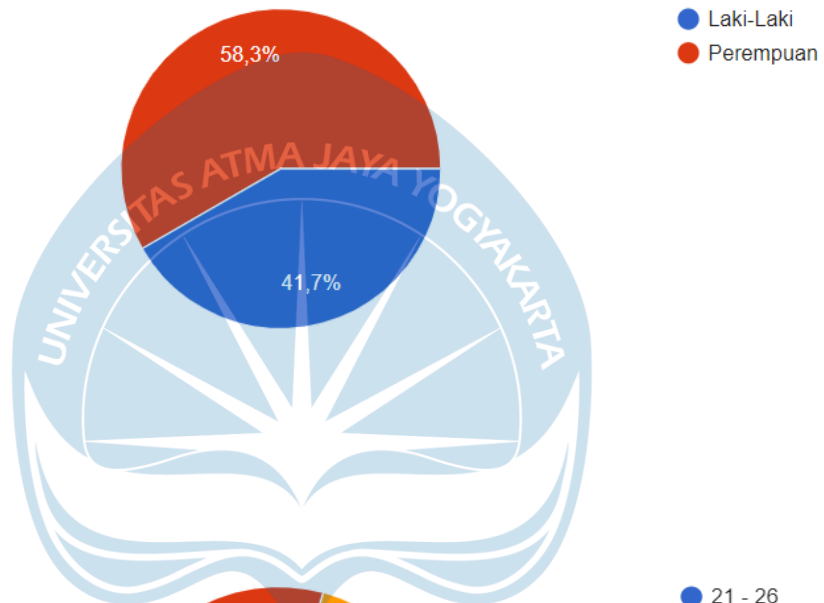
5	5	5	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	5	5	4	5	4	4
5	4	5	5	5	4	5	5
5	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	5
5	4	4	4	4	5	5	4
5	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	5
5	4	4	4	5	5	4	4
5	4	4	5	5	4	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	5	5	4	5	5
4	4	5	4	5	5	4	5
5	4	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	4	5	5	5

5	5	5	5	5	5	4	5
5	4	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	5	4
4	5	5	5	4	5	5	5
4	5	5	5	4	4	5	5
5	4	5	5	5	5	5	4
5	4	4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5
5	5	4	5	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5
4	5	5	4	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	5
5	4	5	5	4	5	5	5
5	5	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	5	5
5	5	4	5	5	4	5	5
4	4	5	5	5	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	4	5
4	5	4	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	5	5	5
1	2	1	2	2	2	2	1
1	2	2	1	2	1	2	1
1	2	1	2	2	1	1	1
1	1	2	2	2	1	2	1
2	1	1	2	2	1	2	1
2	1	2	2	1	1	1	1
2	1	2	1	2	1	2	2
1	2	2	2	1	1	2	2
2	2	1	2	1	1	2	2
2	1	1	1	1	1	2	2
1	2	2	2	1	1	2	2
2	2	1	1	2	1	2	2
1	2	1	2	2	1	2	1
1	1	2	1	2	1	1	1
2	1	2	1	1	2	1	2

LAMPIRAN 3. HASIL OLAH DATA

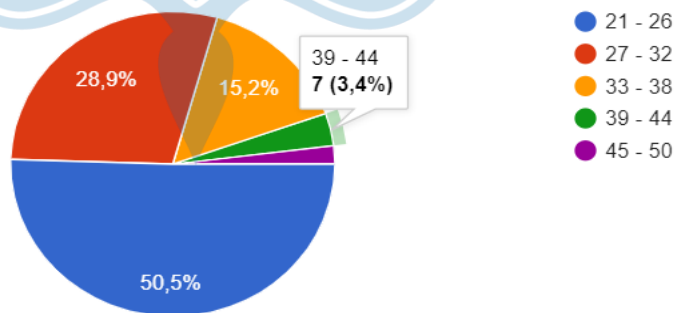
Jenis Kelamin

204 jawaban



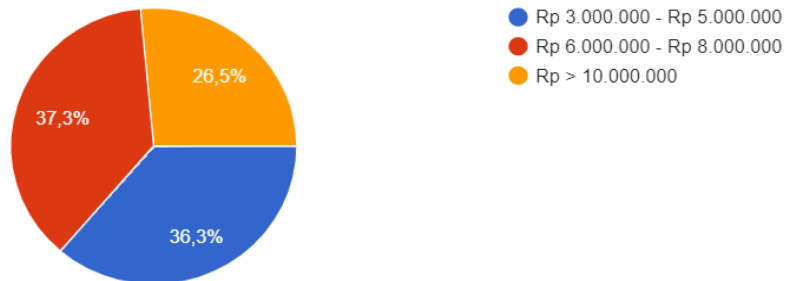
Usia

204 jawaban



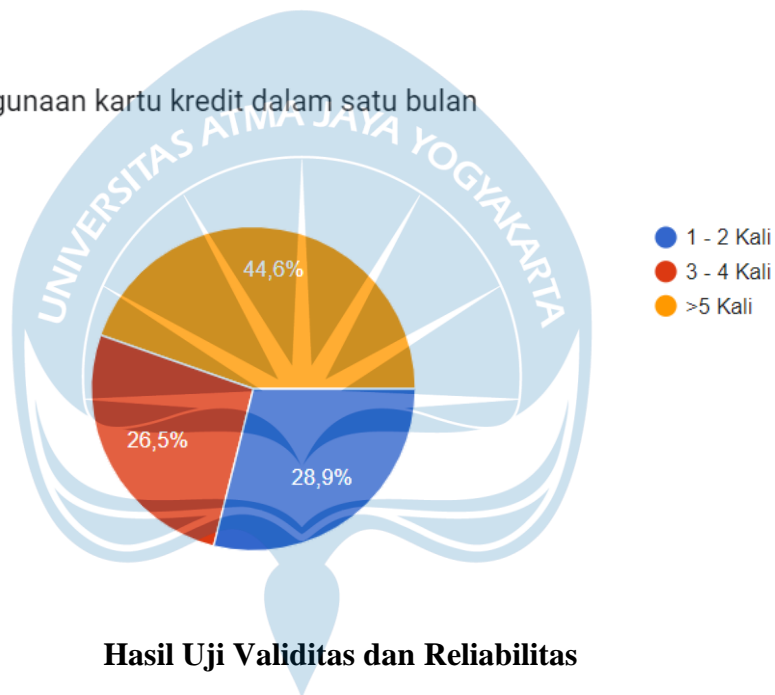
Penghasilan dalam satu bulan

204 jawaban



Jumlah penggunaan kartu kredit dalam satu bulan

204 jawaban



Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas				
Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
<i>Power Prestige</i>	X1.1	0,814	0,136	VALID
	X1.2	0,808	0,136	VALID
	X1.3	0,841	0,136	VALID
	X1.4	0,785	0,136	VALID
	X1.5	0,839	0,136	VALID
	X1.6	0,815	0,136	VALID
	X1.7	0,836	0,136	VALID
	X1.8	0,823	0,136	VALID
<i>Anxiety</i>	X2.1	0,820	0,136	VALID
	X2.2	0,827	0,136	VALID
	X2.3	0,731	0,136	VALID
<i>Distrust</i>	X3.1	0,818	0,136	VALID

	X3.2	0,858	0,136	VALID
	X3.3	0,732	0,136	VALID
	X3.4	0,667	0,136	VALID
<i>Materialism</i>	X4.1	0,786	0,136	VALID
	X4.2	0,734	0,136	VALID
	X4.3	0,741	0,136	VALID
	X4.4	0,818	0,136	VALID
	X4.5	0,804	0,136	VALID
<i>Compulsive Use of the Credit Card</i>	Y1.1	0,883	0,136	VALID
	Y1.2	0,830	0,136	VALID
	Y1.3	0,841	0,136	VALID

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>R Tabel</i>	Keterangan
<i>Power Prestige</i>	0,945	0,6	RELIABEL
<i>Anxiety</i>	0,910	0,6	RELIABEL
<i>Distrust</i>	0,869	0,6	RELIABEL
<i>Materialism</i>	0,908	0,6	RELIABEL
<i>Compulsive Use of the Credit Card</i>	0,895	0,6	RELIABEL

Variabel	<i>Item</i>	<i>Mean</i>	Keterangan
<i>Power Prestige</i>	Saya menggunakan uang agar orang lain melakukan sesuatu kepada saya	3,92	Tinggi
	Saya membeli suatu barang karena saya tahu akan membuat mereka terkesan.	3,90	Tinggi
	Sejujurnya saya memiliki niat untuk membuat orang lain terkesan.	4,04	Tinggi
	Saya bersikap seolah-olah uang adalah simbol utama dari keberhasilan.	4,16	Tinggi
	Saya mengakui bahwa saya terkadang berbohong mengenai berapa banyak uang yang saya punya.	4,04	Tinggi
	Saya menunjukkan rasa hormat kepada orang-orang yang memiliki lebih banyak uang.	4,14	Tinggi
	Meskipun saya menilai keberhasilan orang dengan perbuatan mereka, saya lebih	4,08	Tinggi

	dipengaruhi oleh jumlah uang yang mereka miliki.		
	Saya sering mencoba untuk mengetahui apakah orang lain mempunyai lebih banyak uang daripada saya.	4,13	Tinggi
<i>Anxiety</i>	Saya menunjukkan tanda-tanda kegugupan ketika saya tidak punya cukup uang.	4,31	Sangat Tinggi
	Saya menunjukkan perilaku yang mengkhawatirkan dalam hal uang.	4,21	Sangat Tinggi
	Saya khawatir saya tidak aman secara finansial.	4,23	Sangat Tinggi
<i>Distrust</i>	Ketika saya membeli sesuatu, saya mengeluh tentang harga yang akan saya bayar.	4,21	Sangat Tinggi
	Saya mengeluh mengenai harga barang yang telah saya beli.	4,08	Tinggi
	Setelah membeli sesuatu, saya bertanya-tanya apakah saya bisa mendapatkan barang yang sama dengan harga lebih murah di tempat lain.	4,20	Tinggi
	Saya merasa terganggu ketika mengetahui bahwa saya bisa mendapatkan sesuatu dengan harga lebih murah di tempat lain.	4,29	Sangat Tinggi
<i>Materialism</i>	Saya mengagumi orang-orang yang memiliki rumah, mobil, dan pakaian mahal.	4,39	Sangat Tinggi
	Membeli sesuatu memberi saya banyak kesenangan.	4,24	Sangat Tinggi
	Hidup saya akan lebih baik jika saya memiliki hal-hal tertentu yang tidak saya miliki.	4,11	Tinggi
	Saya akan lebih bahagia jika saya mampu membeli lebih banyak barang.	4,38	Sangat Tinggi
	Kadang-kadang saya merasa terganggu karena saya tidak mampu membeli semua barang yang saya inginkan.	4,29	Sangat Tinggi

<i>Compulsive Use of the Credit Card</i>	Saya kurang mempermasalahkan harga suatu produk ketika saya menggunakan kartu kredit.	4,09	Tinggi
	Saya tidak memikirkan apa yang akan terjadi ketika berbelanja dengan kartu kredit.	4,18	Tinggi
	Saya menghabiskan lebih banyak uang ketika menggunakan kartu kredit.	4,30	Sangat Tinggi

Regresi Berganda

Variabel	<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
(Constant)			
<i>Power Prestige</i>	.545	4.245	.000
<i>Anxiety</i>	.252	12.696	.000
<i>Distrust</i>	-.140	-6.460	.000
<i>Materialism</i>	.190	5.104	.000
<i>R Square</i>	.909		
<i>Adjusted R Square</i>	.907		
F	496.382		
<i>Sig</i>	.000		
<i>Dependent Variabel: Compulsive Use of the Credit Card</i>			

Koefisien Determinasi *R Square*

<i>Model Summary</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.953	.909	.907	1.031