

BAB V

PENUTUP

Pada bab lima penulis mengambil kesimpulan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Pada tahap selanjutnya, penulis membuat implikasi manajerial dan memaparkan keterbatasan penelitian serta mengusulkan saran untuk penelitian selanjutnya. Kesimpulan, implikasi manajerial dan keterbatasan penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya tersebut adalah sebagai berikut:

5.1. Kesimpulan

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

1. Kesadaran merek memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi tingkat kesadaran konsumen pada semua merek akan meningkatkan pengambilan keputusan pembelian konsumen pada produk kecantikan merek MS GLOW.
2. Konten pemasaran media sosial memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Semakin baik konten atau isi dalam aktivitas pemasaran yang menggunakan media sosial akan meningkatkan pengambilan keputusan pembelian konsumen pada produk kecantikan merek MS GLOW.

5.2. Implikasi Manajerial

Keputusan pembelian konsumen pada sebuah merek dipengaruhi oleh banyak faktor. Kesadaran konsumen pada sebuah merek yang tinggi memberikan peranan dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Faktor lain yang turut serta berperan pada peningkatan pengambilan keputusan pembelian adalah konten atau isi yang terkandung dalam aktivitas pemasaran dengan menggunakan media sosial. Hasil penelitian ini memberikan bukti empirik bahwa, kesadaran konsumen yang tinggi serta stimuli dari konten dalam pemasaran media sosial memberikan pengaruh terhadap peningkatan keputusan pembelian konsumen pada produk kecantikan merek MS GLOW.

Berdasarkan hasil penelitian ini maka penting bagi pihak manajemen PT. Kosmetika Cantik Indonesia sebagai perusahaan produsen produk kecantikan merek MS GLOW untuk menggunakan media pemasaran yang tepat bagi produk perusahaan. Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran tentunya akan membantu perusahaan untuk meningkatkan pengambilan keputusan pembelian konsumen. Hal ini karena pesan yang terkandung dalam konten (isi) iklan di media sosial dapat tersampaikan dengan lebih mudah, lebih cepat dan tertuju pada konsumen yang menjadi sasaran produk perusahaan. Melalui aktivitas pemasaran yang dilakukan, perusahaan sekaligus dapat meningkatkan kesadaran konsumen akan keberadaan merek MS GLOW sebagai salah satu merek dagang dalam industri produk kecantikan. Hal-hal yang perlu diperhatikan berkaitan dengan temuan penelitian ini adalah perbaikan atau peningkatan pada indikator yang dinilai masih rendah sebagai berikut:

1. Perbaikan atau peningkatan pada variabel kesadaran merek dilakukan melalui fokus pada indikator “Saya dapat mengetahui dengan baik perbedaan produk kecantikan merek MS GLOW dengan merek yang lainnya”. Cara yang dapat dilakukan pihak manajemen PT. Kosmetika Cantik Indonesia adalah dengan memberikan informasi lebih detail mengenai keunggulan produk dari karakteristik yang dimiliki oleh produk kecantikan MS GLOW. Informasi mengenai karakteristik produk yang lebih lengkap akan memberikan tambahan pengetahuan kepada konsumen tentang manfaat produk kecantikan merek MS GLOW hingga konsumen dapat dengan mudah mengetahui keunggulan dan perbedaannya dibandingkan produk sejenis dari merek pesaing.
2. Perbaikan atau peningkatan pada variabel konten pemasaran media sosial fokus pada indikator “Saya ingin berbagi informasi tentang produk kecantikan MS GLOW di akun Instagram @msglowbeauty dengan teman-teman saya”. Cara yang dapat dilakukan pihak manajemen PT. Kosmetika Cantik Indonesia adalah dengan menyediakan ruang dalam pemasaran media pemasaran (Instagram @msglowbeauty) sebagai tempat bagi konsumen untuk memberikan testimoni mengenai pengalaman penggunaan produk-produk kecantikan merek MS GLOW. Stimuli lain yang dapat diberikan untuk meningkatkan kesediaan konsumen untuk berbagi informasi mengenai produk kecantikan merek MS GLOW adalah dengan memberikan *reward* dalam bentuk pemberian hadiah, potongan harga dan lain sebagainya kepada orang yang membagikan informasi mengenai

produk kecantikan MS GLOW di Blog pribadinya seperti di Instagram, Twitter, WhatsApp, Line, TikTok dan media sosial lainnya.

5.3. Keterbatasan Penelitian dan Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Keterbatasan penelitian ini terletak pada pembatasan sampel penelitian yang hanya meneliti sebagian segmen konsumen yaitu mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Perlu dipahami bahwa mahasiswa memiliki keterbatasan finansial dimana uang yang dialokasikan untuk membeli produk kosmetik adalah uang saku yang notabene diberi oleh orang tua mereka. Hal ini tentunya akan membatasi kemampuan responden (konsumen) untuk membeli produk-produk kosmetik dengan harga yang mahal.

Berdasarkan hal tersebut maka pada penelitian sejenis di masa yang akan datang, sebaiknya mengambil sampel penelitian dari cakupan karakteristik demografi yang lebih luas dengan memperhatikan aspek demografi seperti: usia, pekerjaan, pendapatan dan lain sebagainya. Hal ini penting untuk dilakukan dengan tujuan agar hasil penelitian dapat memberikan gambaran umum yang lebih luas atas perilaku pembelian konsumen pada produk kecantikan.

DAFTAR PUSAKA

- Al-Azzam, A.F., dan Al-Mizeed, K. (2021). The Effect of Digital Marketing on Purchasing Decisions: A Case Study in Jordan. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 8, No. 5.
- Alkharabsheh, O.H.M., dan Zhen, B.H. (2021). The Impact of Content Marketing, Social Media Marketing and Online Convenience on Consumer Buying Decision Process. *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, Vol. 1, No. 1. <https://journal.uib.ac.id/index.php/combinas>
- Ansari, S., Ansari, G., Ghori, M.U., dan Kazi, A.G. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. *Journal of Public Value and Administration Insights*, Vol. 2, No. 2.
- Ardiansyah, F., dan Sarwoko, E. (2020). How Social Media Marketing Influences Consumers Purchase Decision? A Mediation Analysis of Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, Vol. 17, No. 2, 156. <https://doi.org/10.31106/jema.v17i2.6916>.
- Asnawati., Nadir, M., Wardhania, W., dan Setini, M. (2022). The Effects of Perceived Ease of Use, Electronic Word of Mouth and Content Marketing on Purchase Decision. *International Journal of Data and Network Science*, Vol. 6: pp 81–90.
- Azwar, S. (2020). *Reliabilitas dan validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bilgin, Y. (2018), The Effect of Social Media Marketing Activities on Brand Awareness, Brand Image and Brand Loyalty, *Business & Management Studies: An International Journal*, Vol. 6, No. 1.
- Bougie, R., dan Sekaran, U. (2020). *Research Methods For Business*. United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Durianto, D., Sugiarto., dan Sitingjak, T. (2017). *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ebrahim, R.S. (2019). The Role of Trust in Understanding the Impact of Social Media Marketing on Brand Equity and Brand Loyalty, *Journal of Relationship Marketing*, Vol. 19, No. 4.
- Emini, A., dan Zeqiri, J. (2021). The Impact of Social Media Marketing on Purchase Intention in a Transition Economy: The Mediating Role of Brand Awareness and Brand Engagement. *Enterprise Research Innovation*, Vol. 7, No. 1.
- Garcia, J.E., Pereira, J.S., dan Cairrao, A. (2021). Social Media Content Marketing Strategy for Higher Education: A Case Study Approach. *In Marketing and Smart Technologies: pp 493-505*. Springer, Singapore.

- Ghozali, I. (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, Jr, J. F., Howard, M. C., dan Nitzl, C. (2020). Assessing Measurement Model Quality in PLS-SEM Using Confirmatory Composite Analysis. *Journal of Business Research*, Vol. 109.
- Hanaysha, J.R. (2022). Impact of Social Media Marketing Features on Consumer's Purchase Decision in the Fast-food Industry: Brand Trust as a Mediator. *International Journal of Information Management Data Insights*, Vol. 2.
- Ismail, A.R. (2017). The Influence of Perceived Social Media Marketing Activities on Brand Loyalty: The Mediation Effect of Brand and Value Consciousness. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. Vol. 29, No. 1.
- Jarvinen, J., dan Taiminen, H. (2016). Harnessing Marketing Automation for B2B Content Marketing. *Industrial Marketing Management*, Vol. 54.
- Keller, K.L., dan Swaminathan, V. (2020). *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity 5th*. Pearson Education.
- Khoa, B.T., dan Huynh, T.T. (2023). The Influence of Social Media Marketing Activities on Customer Loyalty: A Study of e-Commerce Industry. *International Journal of Data and Network Science*, Vol. 7.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L.C., dan He, H. (2020). *Principles of Marketing Eight European Edition*. UK: Pearson.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing (18e Global Edition) [E-book]*. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2020). *Marketing Management*. Pearson Prentice Hall, Inc.
- Mahdi, M.I. (2023). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022* <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>. Diakses 5 September 2023.
- Nofal, R., Calicioglu, C., dan Aljuhmani, H.Y. (2020). The Impact of Social Networking Sites Advertisement on Consumer Purchasing Decision: The Mediating Role of Brand Awareness. *International Journal of Data and Network Science*, Vol. 4.
- Pangestoe, J., Dewi, L.G.P.S., Edyanto, N., dan Siagian, H. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Batik Mukti Rahayu di Kabupaten Magetan. *Jurnal of Management and Business*, Vol. 76 (SHS Web Conferences), 137–155. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1674>.
- Sadya, S. (2023). *Pengguna Instagram RI Terbesar Keempat di Dunia pada Awal 2023*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-instagram-ri-terbesar-keempat-di-dunia-pada-awal-2023>, Diakses 5 September 2023.

- Salem, M.Z. (2018). Effects of Perfume Packaging on Basque Female Consumers Purchase Decision in Spain. *Management Decision*, Vol. 56, No. 8.
- Santoso, S. (2020). *Statistik Parametrik*. Jakarta: Elexmedia Komputindo.
- Simbolon, F.P., Nurcholifa, R.A., dan Safarina, M. (2022). The Influence of Using Instagram as a Promotional Media in Building Brand Awareness and Its Impact on Purchase Decision of Bulog Products in Shopee. *Binus Business Review*, Vol. 13, No. 1. DOI: 10.21512/bbr.v13i1.7917.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV Alfabeta.
- Thuy, N.V., Anh, N.T.N., dan Binh, N.T.X. (2022). Impact of Brand Equity on Consumer Purchase Decision: A Case Study of Mobile Retailer in Hochiminh City, Vietnam. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, Vol. 9, No. 2.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Andi.
- Van Dijck, J., dan Alinejad, D. (2020). Social Media and Trust in Scientific Expertise: Debating the Covid-19 Pandemic in The Netherlands. *Social Media + Society*, Vol. October-December 2020: DOI: 10.1177/2056305120981057.
- Yan, N. (2021). Social Media is Redistributing Power. *Open Journal of Social Sciences*, Vol. 9: pp 107-118. <https://doi.org/10.4236/jss.2021.96010>.
- Zainurossalamia, Z.A.S., Tricahyadinata, I., Robiansyah, R., Darma, D.C., dan Achmad, G.N. (2021). Storytelling Marketing, Content Marketing, and Social Media Marketing on the Purchasing Decision. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, Vol. 4, No. 3.

LAMPIRAN I: KUESIONER
KUESIONER PENELITIAN



**PENGARUH KESADARAN MEREK DAN KONTEN
PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP
PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Studi pada Pemasaran Media Sosial Akun @msglowbeauty)

Kepada Yth:
Responden yang terhormat,
di tempat

Perkenalkan saya Mariana Camelia Setia, Nomor Mahasiswa: 190324625 adalah mahasiswa tingkat akhir Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Program Studi Manajemen, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Pada saat ini, saya sedang melakukan penelitian / skripsi dengan judul “Pengaruh Kesadaran Merek Dan Konten Pemasaran Media Sosial Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian: Studi pada Pemasaran Media Sosial Akun @msglowbeauty”.

Penelitian ini secara langsung dikontrol dan dibawah bimbingan dosen pembimbing saya yaitu Bapak Drs. Martinus *Parnawa Putranta, MBA., Ph.D.*

Berkaitan dengan hal itu, saya membutuhkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i dengan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian saya. Jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/I berikan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini,

Saya mohon, Bapak/Ibu/Saudara/i bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian saya tersebut. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi kuesioner penelitian, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya,

Mariana Camelia Setia
Telp. +62 813-3721-5739
Email: marianasetiaaa@gmail.com

BAGIAN I

Berikut ini adalah serangkaian pertanyaan yang digunakan untuk menfilter responden penelitian. Anda dipersilahkan untuk memberikan jawaban dengan memberi tanda cek list (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

1. Apakah Anda memiliki akun Instagram:
 - a. Ya, saya memiliki
 - b. Tidak, saya tidak memiliki (**Terima kasih, Anda tidak perlu melanjutkan untuk menjawab pertanyaan berikutnya*)

2. Apakah Anda menjadi pengikut (*follower*) akun Instagram resmi produk kecantikan merek MS GLOW @msglowbeauty:
 - a. Ya, saya pengikut akun Instagram @msglowbeauty
 - b. Tidak, saya bukan pengikut akun Instagram @msglowbeauty (**Terima kasih, Anda tidak perlu melanjutkan untuk menjawab pertanyaan berikutnya*)

3. Apakah Anda pernah membeli produk kecantikan merek MS GLOW:
 - a. Ya, saya pernah membeli produk kecantikan merek MS GLOW
 - b. Tidak, saya belum pernah membeli produk kecantikan merek MS GLOW (**Terima kasih, Anda tidak perlu melanjutkan untuk menjawab pertanyaan berikutnya*)

4. Berdasarkan ingatan Anda, kapan terakhir Anda membeli produk kecantikan merek MS GLOW:
 - a. Kurang dari 6 bulan yang lalu
 - b. Lebih dari 6 bulan yang lalu (**Terima kasih, Anda tidak perlu melanjutkan untuk menjawab pertanyaan berikutnya*)

BAGIAN II

Berikut ini adalah serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan karakteristik demografi. Anda dipersilahkan untuk memberi tanda cek list (✓) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan sesuai dengan karakteristik Anda saat ini.

1. Jenis kelamin
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia Anda saat ini:..... tahun
3. Rata-rata pendapatan atau uang saku Anda dalam 1 bulan:
 - a. < Rp 2.000.000
 - b. Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000
 - c. Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000
 - d. Rp 6.000.000 – < Rp 8.000.000
 - e. Rp 8.000.000 – < Rp 10.000.000
 - f. Rp 10.000.000 atau lebih
4. Rata-rata anggaran belanja produk kecantikan dalam 1 bulan:
 - a. < Rp 200.000
 - b. Rp 200.000 – < Rp 400.000
 - c. Rp 400.000 – < Rp 600.000
 - d. Rp 600.000 – < Rp 800.000
 - e. Rp 800.000 – < Rp 1.000.000
 - f. Rp 1.000.000 atau lebih

BAGIAN III

Berikut ini adalah kuesioner penelitian. Anda dipersilahkan untuk menjawab dengan memberi tanda cek list (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan. SS = Sangat Setuju; S = Setuju; N = Netral; TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju.

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Ketika saya memikirkan produk kecantikan, MS GLOW adalah merek yang muncul dalam pikiran saya.					
2	Saya dapat mengetahui dengan baik perbedaan produk kecantikan merek MS GLOW dengan merek yang lainnya.					
3	Saya dapat mengenali dengan cepat produk kecantikan merek MS GLOW dibandingkan produk merek lain.					
4	Mudah bagi saya untuk mengingat merek sebagai salah satu merek terbaik					
5	Saya sadar bahwa produk kecantikan merek MS GLOW adalah merek produk kecantikan yang terkenal.					
6	Saya sering melihat iklan produk kecantikan merek MS GLOW di akun Instagram @msglowbeauty.					
7	Saya tertarik dengan deskripsi produk kecantikan merek MS GLOW di akun Instagram @msglowbeauty.					
8	Saya memperhatikan konten deskripsi produk kecantikan MS GLOW di akun Instagram @msglowbeauty.					
9	Saya suka konten deskripsi produk kecantikan MS GLOW di akun Instagram @msglowbeauty.					
10	Saya membaca informasi konten sampai akhir mengenai produk kecantikan MS GLOW di akun Instagram @msglowbeauty					
11	Menurut saya, konten dalam iklan produk kecantikan MS GLOW di akun Instagram @msglowbeauty cocok dengan produknya					
12	Saya ingin berbagi informasi tentang produk kecantikan MS GLOW di akun Instagram @msglowbeauty dengan teman-teman saya					
13	Konten yang diposting dalam iklan produk kecantikan MS GLOW di akun Instagram @msglowbeauty sangat menghibur.					
14	Akun Instagram @msglowbeauty menawarkan pencarian informasi tentang produk kecantikan yang disesuaikan kebutuhan konsumen.					
15	Saya mengunjungi akun Instagram @msglowbeauty untuk mendapatkan lebih banyak informasi tentang produk kecantikan merek MS GLOW.					

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
16	Penting bagi saya untuk membuat pilihan produk kecantikan (MS GLOW) yang tepat berdasarkan informasi yang saya miliki.					
17	Dalam menentukan pilihan produk kecantikan, produk yang terbaik (MS GLOW) adalah pilihan saya.					
18	Informasi mengenai merek produk kecantikan melalui media sosial membantu saya untuk mengetahui keunggulan merek (produk) yang bersangkutan (MS GLOW).					
19	Saya yakin telah mengambil keputusan yang benar untuk membeli produk kecantikan MS GLOW di akun Instagram @msglowbeauty.					
20	Saya memiliki persepsi yang positif pada produk kecantikan MS GLOW setelah menggunakannya.					

***** TERIMA KASIH *****

No	Jenis kelamin	Usia	Rata-rata pendapatan	Rata-rata anggaran
65	Perempuan	20	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
66	Perempuan	21	< Rp 2.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
67	Perempuan	22	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
68	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
69	Perempuan	20	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
70	Perempuan	22	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
71	Perempuan	21	< Rp 2.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
72	Perempuan	23	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
73	Laki-laki	20	< Rp 2.000.000	< Rp 200.000
74	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
75	Perempuan	22	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
76	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
77	Laki-laki	19	< Rp 2.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
78	Perempuan	22	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 800.000 – < Rp 1.000.000
79	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
80	Laki-laki	20	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
81	Perempuan	19	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
82	Perempuan	22	< Rp 2.000.000	< Rp 200.000
83	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
84	Perempuan	22	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
85	Perempuan	23	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
86	Perempuan	22	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 600.000 – < Rp 800.000
87	Perempuan	24	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
88	Perempuan	18	< Rp 2.000.000	< Rp 200.000
89	Perempuan	23	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
90	Perempuan	20	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
91	Laki-laki	21	< Rp 2.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
92	Perempuan	22	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
93	Perempuan	22	< Rp 2.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
94	Perempuan	22	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
95	Perempuan	22	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
96	Perempuan	23	< Rp 2.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
97	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
98	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
99	Perempuan	22	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 600.000 – < Rp 800.000
100	Perempuan	22	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
101	Perempuan	18	< Rp 2.000.000	< Rp 200.000
102	Perempuan	22	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
103	Perempuan	23	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
104	Laki-laki	20	< Rp 2.000.000	< Rp 200.000
105	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
106	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
107	Laki-laki	22	< Rp 2.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
108	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
109	Perempuan	22	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
110	Perempuan	22	< Rp 2.000.000	< Rp 200.000
111	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
112	Perempuan	23	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
113	Perempuan	22	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 600.000 – < Rp 800.000
114	Perempuan	24	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
115	Perempuan	23	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
116	Perempuan	20	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 600.000 – < Rp 800.000
117	Laki-laki	21	< Rp 2.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
118	Perempuan	22	< Rp 2.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
119	Perempuan	22	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
120	Perempuan	22	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
121	Perempuan	23	< Rp 2.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
122	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
123	Perempuan	22	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 600.000 – < Rp 800.000
124	Perempuan	20	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
125	Perempuan	22	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
126	Perempuan	21	< Rp 2.000.000	Rp 600.000 – < Rp 800.000
127	Perempuan	23	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
128	Laki-laki	20	< Rp 2.000.000	< Rp 200.000

No	Jenis kelamin	Usia	Rata-rata pendapatan	Rata-rata anggaran
193	Perempuan	22	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
194	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
195	Perempuan	22	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
196	Perempuan	22	Rp 6.000.000 – < Rp 8.000.000	Rp 800.000 – < Rp 1.000.000
197	Perempuan	22	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
198	Perempuan	22	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
199	Perempuan	20	< Rp 2.000.000	< Rp 200.000
200	Perempuan	22	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
201	Perempuan	21	< Rp 2.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
202	Perempuan	22	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
203	Perempuan	22	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
204	Perempuan	22	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
205	Perempuan	22	< Rp 2.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000
206	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
207	Perempuan	21	Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	Rp 400.000 – < Rp 600.000
208	Perempuan	22	Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	Rp 600.000 – < Rp 800.000
209	Perempuan	21	< Rp 2.000.000	Rp 200.000 – < Rp 400.000

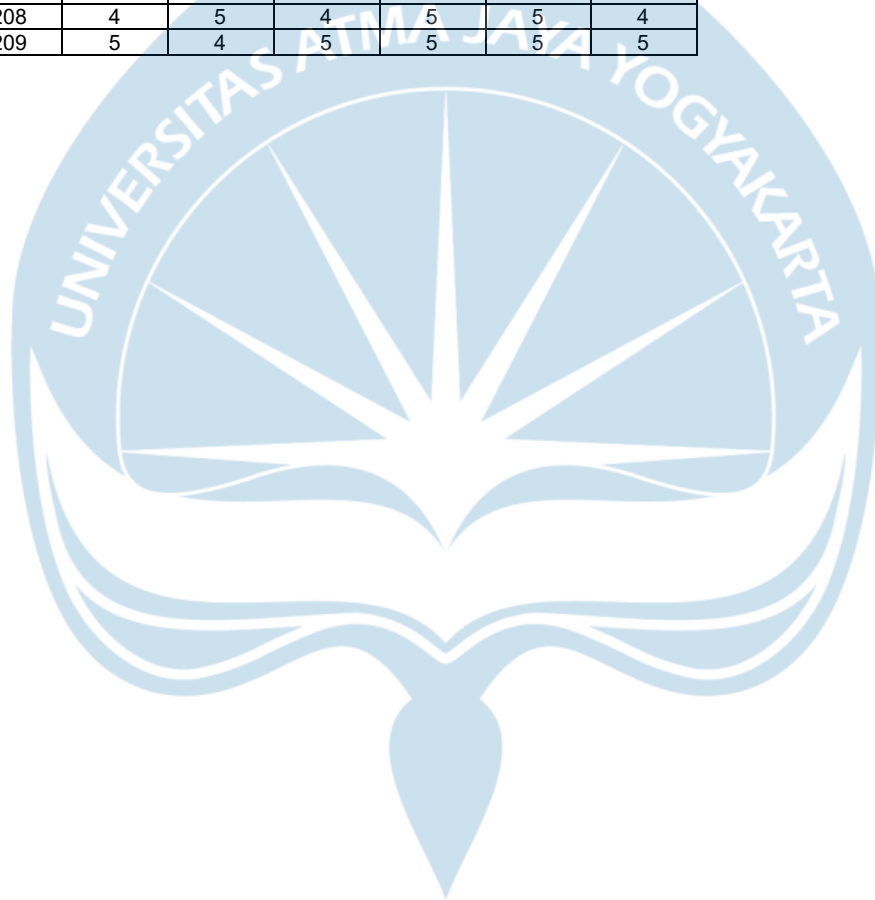


No	KM.1	KM.2	KM.3	KM.4	KM.5	KM.6
1	2	3	2	3	3	3
2	4	4	4	3	4	4
3	2	1	2	1	2	3
4	2	2	1	2	2	2
5	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	3	4	4
7	4	4	4	4	4	4
8	4	4	3	5	3	5
9	3	3	3	3	5	3
10	4	2	4	5	3	3
11	5	4	4	4	4	4
12	4	3	4	3	4	4
13	4	3	4	4	4	3
14	3	4	4	5	3	4
15	4	3	4	4	4	5
16	4	4	4	4	4	4
17	3	4	3	4	3	4
18	4	5	4	5	5	4
19	3	3	4	3	3	4
20	3	3	4	2	3	3
21	4	4	5	5	4	4
22	5	4	5	4	4	5
23	4	4	3	3	3	4
24	3	3	4	5	4	4
25	4	4	4	3	4	4
26	5	5	5	5	5	5
27	2	3	2	2	2	3
28	4	5	4	5	4	4
29	4	5	4	5	4	4
30	3	3	3	3	3	4
31	2	1	2	2	2	2
32	2	3	2	3	3	3
33	2	1	2	2	2	2
34	3	2	3	2	3	3
35	4	4	4	4	4	4
36	2	1	2	1	2	3
37	4	4	4	4	4	4
38	4	4	3	5	3	5
39	3	4	3	3	4	3
40	4	2	4	5	3	3
41	5	4	4	4	4	4
42	4	3	4	3	4	4
43	4	3	4	4	3	4
44	3	4	4	5	3	4
45	4	3	4	4	4	5
46	4	4	4	4	4	4
47	3	4	3	4	3	4
48	4	5	4	5	5	4
49	3	3	4	3	3	4
50	4	5	4	5	4	4
51	4	4	5	5	4	4
52	5	4	5	4	4	5
53	4	4	3	3	3	4
54	5	5	5	5	5	5
55	4	4	4	3	4	4
56	3	3	4	3	3	4
57	4	3	2	2	2	3
58	4	5	4	5	4	4
59	4	5	4	5	4	4
60	4	4	4	3	4	4
61	4	3	4	3	4	4
62	5	5	5	5	5	5
63	4	4	4	3	4	4

No	KM.1	KM.2	KM.3	KM.4	KM.5	KM.6
64	4	4	4	3	4	4
65	2	1	2	1	2	3
66	3	4	4	5	3	4
67	4	4	4	4	4	4
68	3	3	3	3	3	4
69	4	3	4	4	4	4
70	3	3	2	3	3	3
71	4	4	4	3	4	4
72	3	2	3	3	3	3
73	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	3	4	4
75	4	4	4	4	4	4
76	4	4	3	5	3	5
77	3	3	4	3	4	3
78	4	2	4	5	3	3
79	5	4	4	4	4	4
80	4	3	4	3	4	4
81	4	3	4	4	4	3
82	3	4	4	5	3	4
83	4	3	4	4	4	5
84	4	4	4	4	4	4
85	3	4	3	4	3	4
86	4	5	4	5	5	4
87	3	3	4	3	3	4
88	4	4	5	5	4	4
89	4	4	4	3	4	4
90	3	3	2	2	2	3
91	4	4	3	3	3	4
92	4	3	4	5	4	4
93	4	4	4	3	4	4
94	4	4	4	4	4	4
95	4	3	2	2	2	3
96	4	5	4	5	4	4
97	3	3	3	4	4	3
98	3	3	3	3	5	3
99	4	2	4	5	3	3
100	4	4	4	4	4	4
101	4	4	3	5	3	5
102	4	3	2	3	3	3
103	3	3	4	5	4	4
104	4	4	4	4	4	4
105	3	2	3	2	3	4
106	4	4	3	5	3	5
107	4	3	3	3	4	3
108	5	4	4	4	4	4
109	4	3	4	4	4	3
110	3	4	4	5	3	4
111	4	3	4	4	4	5
112	4	5	4	5	4	4
113	4	5	4	5	5	4
114	4	4	4	3	4	4
115	4	4	5	5	4	4
116	2	3	2	3	3	3
117	4	4	3	3	3	4
118	4	4	4	3	4	4
119	4	4	4	3	4	4
120	2	3	2	3	3	3
121	4	5	4	5	4	4
122	4	4	4	3	4	4
123	4	2	4	5	3	3
124	2	2	1	2	2	2
125	3	3	4	2	3	3
126	4	4	4	3	4	4
127	4	3	4	3	4	4
128	4	4	4	4	4	4

No	KM.1	KM.2	KM.3	KM.4	KM.5	KM.6
129	4	4	4	3	4	4
130	4	4	4	4	4	4
131	4	3	4	5	4	5
132	4	4	4	3	4	4
133	5	4	4	5	4	4
134	5	4	4	4	4	4
135	2	2	2	2	1	2
136	4	3	3	4	4	4
137	5	4	5	4	4	5
138	4	3	4	4	4	5
139	4	4	4	4	4	4
140	4	3	3	4	3	4
141	5	4	4	5	5	4
142	3	3	4	3	3	4
143	4	4	4	4	4	4
144	4	4	5	5	4	4
145	3	3	3	3	3	4
146	4	4	3	3	3	4
147	5	4	5	4	4	5
148	4	4	4	5	3	4
149	3	3	3	3	3	3
150	4	5	4	5	4	4
151	4	4	4	5	3	4
152	2	2	1	2	2	2
153	3	3	3	3	3	3
154	3	3	4	5	4	4
155	3	3	3	3	3	4
156	4	4	4	4	4	4
157	4	4	4	3	4	4
158	4	4	4	4	4	4
159	4	4	3	5	3	5
160	3	3	4	5	4	4
161	4	2	4	5	3	3
162	5	4	4	4	4	4
163	4	3	4	3	4	4
164	4	3	4	4	4	3
165	5	5	5	5	5	5
166	4	3	4	4	4	5
167	5	4	5	4	5	4
168	4	4	3	4	3	4
169	5	5	4	5	5	4
170	4	4	5	5	4	4
171	3	3	3	3	3	4
172	2	3	2	3	3	3
173	4	4	3	3	3	4
174	5	4	5	4	4	5
175	5	5	5	5	5	5
176	4	4	5	5	4	4
177	3	3	4	2	3	3
178	4	5	4	5	4	4
179	4	5	4	5	4	4
180	3	3	3	3	3	4
181	4	5	4	5	4	4
182	3	2	1	2	2	2
183	3	3	4	2	3	3
184	4	4	4	3	4	4
185	4	3	2	3	3	3
186	4	4	4	4	4	4
187	3	3	4	2	3	3
188	4	4	4	4	4	4
189	5	5	5	5	5	5
190	3	3	4	5	4	4
191	5	4	4	4	4	4
192	4	3	4	3	4	4
193	4	3	4	4	4	3

No	KM.1	KM.2	KM.3	KM.4	KM.5	KM.6
194	4	3	4	4	4	5
195	5	5	5	5	5	5
196	3	4	3	4	3	4
197	4	5	4	5	5	4
198	3	3	4	3	3	4
199	5	4	5	5	5	5
200	3	3	4	5	4	4
201	4	4	3	3	3	4
202	5	4	5	4	4	5
203	5	5	5	5	5	5
204	2	3	2	2	2	3
205	4	5	4	5	4	4
206	4	4	3	4	3	4
207	3	3	3	3	3	4
208	4	5	4	5	5	4
209	5	4	5	5	5	5



No	KPMS.1	KPMS.2	KPMS.3	KPMS.4	KPMS.5	KPMS.6	KPMS.7	KPMS.8
1	4	3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	2	3	4	4	4	4
3	4	3	2	1	2	2	2	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4
5	4	4	3	4	5	4	3	4
6	3	3	3	4	3	3	3	3
7	5	4	3	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5
9	4	3	4	3	4	3	4	4
10	3	3	4	4	3	3	4	3
11	3	4	5	4	4	4	4	4
12	4	3	4	3	4	2	4	4
13	3	3	3	3	4	3	3	4
14	4	5	3	4	4	4	5	5
15	4	4	4	5	3	4	5	4
16	4	3	4	5	4	4	5	5
17	2	3	3	2	2	2	3	3
18	4	4	3	3	4	4	4	4
19	3	4	4	4	4	4	4	3
20	4	5	4	5	5	3	5	4
21	3	4	4	4	4	4	5	4
22	3	3	4	4	5	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	5	3	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5
27	3	4	2	3	4	4	3	3
28	4	4	4	4	4	3	3	4
29	3	3	4	5	4	4	4	3
30	3	3	4	3	4	4	4	3
31	2	3	3	2	2	2	3	3
32	3	3	3	3	1	1	3	3
33	4	3	2	1	2	2	2	3
34	4	4	4	3	4	4	4	4
35	4	4	3	4	5	4	3	4
36	3	3	3	4	3	3	3	3
37	5	4	3	4	4	4	4	4
38	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	3	4	3	4	3	4	4
40	3	3	4	4	3	3	4	3
41	3	4	5	4	4	4	4	4
42	4	3	4	5	4	4	5	5
43	3	3	3	3	4	3	3	4
44	4	5	3	4	4	4	5	5
45	4	4	4	5	3	4	5	4
46	4	3	4	5	4	4	5	5
47	2	3	3	2	2	2	3	3
48	4	4	3	3	4	4	4	4
49	3	4	4	4	4	4	4	3
50	4	5	4	5	5	3	5	4
51	3	3	4	4	3	3	4	3
52	3	3	4	4	5	4	4	4
53	4	4	4	4	4	4	4	4
54	5	5	5	5	5	5	5	5
55	4	5	3	4	4	4	4	4
56	5	5	5	5	5	5	5	5
57	3	4	2	3	4	4	3	3
58	4	4	4	4	4	3	3	4
59	4	4	4	5	4	4	4	3
60	3	3	4	3	4	4	4	3
61	4	3	4	3	4	2	4	4
62	5	5	5	5	5	5	5	5
63	4	5	3	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	3	3	4
65	4	3	3	3	3	3	3	3

No	KPMS.1	KPMS.2	KPMS.3	KPMS.4	KPMS.5	KPMS.6	KPMS.7	KPMS.8
66	3	3	4	4	5	4	4	4
67	5	4	3	4	4	4	4	4
68	3	3	4	3	4	4	4	3
69	4	3	3	3	3	3	3	3
70	3	3	2	3	4	4	4	4
71	4	5	4	4	4	3	4	4
72	4	4	4	3	4	4	4	4
73	4	4	3	4	5	4	3	4
74	3	3	3	4	3	3	3	3
75	5	4	3	4	4	4	4	4
76	5	5	5	5	5	5	5	5
77	4	3	4	3	4	3	4	4
78	3	3	4	4	3	3	4	3
79	3	4	5	4	4	4	4	4
80	4	3	4	3	4	2	4	4
81	3	3	3	3	4	3	3	4
82	4	5	3	4	4	4	5	5
83	4	4	4	5	3	4	5	4
84	3	3	4	4	5	4	4	4
85	3	3	4	4	5	4	4	4
86	4	4	3	3	4	4	4	4
87	3	4	4	4	4	4	4	3
88	4	5	4	5	5	3	5	4
89	3	4	4	4	4	4	5	4
90	3	3	3	2	3	2	3	3
91	4	4	4	4	4	4	4	4
92	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	5	3	4	4	4	4	4
94	3	4	4	4	4	4	5	4
95	3	4	2	3	4	4	3	3
96	4	4	4	4	4	3	3	4
97	3	4	4	4	4	4	4	3
98	4	4	3	3	4	3	4	3
99	3	4	3	4	3	3	4	3
100	4	3	4	5	4	4	5	5
101	4	5	4	5	5	3	5	4
102	3	3	2	3	4	4	4	4
103	4	4	4	3	4	4	4	4
104	4	4	3	4	5	4	3	4
105	3	3	3	4	3	3	3	3
106	5	5	5	5	5	5	5	5
107	4	3	4	3	4	3	4	4
108	3	4	5	4	4	4	4	4
109	3	3	3	3	4	3	3	4
110	4	5	3	4	4	4	5	5
111	4	4	4	5	3	4	5	4
112	5	4	4	5	4	4	4	5
113	4	4	3	3	4	4	4	4
114	3	4	4	4	4	4	4	3
115	3	4	4	4	4	4	5	4
116	3	3	2	2	3	2	3	3
117	4	4	4	4	4	4	4	4
118	4	4	4	4	4	4	4	4
119	4	4	4	4	4	3	3	4
120	3	4	2	3	4	4	3	3
121	5	5	5	5	5	5	5	5
122	3	3	4	3	4	4	4	3
123	3	3	4	4	3	3	4	3
124	4	3	3	3	3	3	3	3
125	3	3	2	3	4	4	4	4
126	3	3	4	4	5	4	4	4
127	4	4	4	3	4	4	4	4
128	4	4	3	4	5	4	3	4
129	3	3	3	4	3	3	3	3
130	5	4	3	4	4	4	4	4

No	KPMS.1	KPMS.2	KPMS.3	KPMS.4	KPMS.5	KPMS.6	KPMS.7	KPMS.8
131	5	5	5	5	5	5	5	5
132	4	3	4	3	4	3	4	4
133	3	3	4	4	3	3	4	3
134	3	4	5	4	4	4	4	4
135	4	3	3	3	3	3	3	3
136	3	3	3	3	4	3	3	4
137	4	5	3	4	4	4	5	5
138	4	4	4	5	3	4	5	4
139	4	3	4	5	4	4	5	5
140	4	3	4	3	4	2	4	4
141	4	4	3	3	4	4	4	4
142	3	4	4	4	4	4	4	3
143	4	5	4	5	5	3	5	4
144	3	4	4	4	4	4	5	4
145	3	3	2	2	2	2	2	3
146	4	4	4	4	4	4	4	4
147	5	5	5	5	5	5	5	5
148	4	4	4	4	4	3	3	4
149	3	4	2	3	4	4	3	3
150	3	3	4	5	4	4	4	3
151	4	5	3	4	4	4	5	5
152	4	3	3	3	3	3	3	3
153	3	3	2	3	4	4	4	4
154	4	3	2	1	2	2	2	3
155	4	4	4	3	4	4	4	4
156	4	4	3	4	5	4	3	4
157	3	3	3	4	3	3	3	3
158	5	4	3	4	4	4	4	4
159	5	5	5	5	5	5	5	5
160	4	3	4	3	4	3	4	4
161	4	4	4	4	4	3	3	4
162	4	4	5	4	4	3	4	4
163	4	3	4	3	3	3	4	4
164	3	3	3	3	4	3	3	4
165	4	5	3	4	4	4	5	5
166	4	4	4	5	3	4	5	4
167	4	3	4	5	4	4	5	5
168	3	3	2	3	4	4	4	4
169	4	4	3	3	4	4	4	4
170	3	4	4	4	4	4	4	3
171	3	4	4	4	4	4	5	4
172	3	3	2	2	2	2	2	3
173	4	4	4	4	4	4	4	4
174	5	5	5	5	5	5	5	5
175	4	5	3	4	4	4	4	4
176	5	5	5	5	5	5	5	5
177	3	4	2	3	4	4	3	3
178	5	5	5	5	5	5	5	5
179	4	3	4	4	4	4	4	3
180	4	3	4	3	4	3	4	3
181	4	5	4	5	5	3	5	4
182	4	3	3	3	3	3	3	3
183	3	3	2	3	4	4	4	4
184	4	3	4	3	4	2	4	4
185	4	4	4	3	4	4	4	4
186	4	4	3	4	5	4	3	4
187	4	3	3	4	3	3	4	4
188	4	4	4	4	4	4	4	4
189	5	5	5	5	5	5	5	5
190	4	3	4	3	4	3	4	4
191	3	4	5	4	4	4	4	4
192	4	3	4	3	4	2	4	4
193	3	3	3	3	4	3	3	4
194	4	4	4	5	3	4	5	4
195	4	3	4	5	4	4	5	5

No	KPMS.1	KPMS.2	KPMS.3	KPMS.4	KPMS.5	KPMS.6	KPMS.7	KPMS.8
196	3	3	3	3	3	2	3	3
197	4	4	3	3	4	4	4	4
198	3	4	4	4	4	4	4	3
199	4	5	4	5	5	3	5	4
200	3	4	4	4	4	4	5	4
201	4	4	4	4	4	4	4	4
202	5	5	5	5	5	5	5	5
203	5	5	5	5	5	5	5	5
204	3	4	3	3	4	3	3	3
205	5	5	5	5	5	5	5	5
206	4	4	4	5	4	4	4	3
207	4	4	4	3	4	3	4	4
208	4	4	3	3	4	4	4	4
209	4	4	4	4	4	4	4	4



No	KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5	KP.6
1	2	2	3	2	2	2
2	4	3	3	4	3	3
3	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3
5	4	4	4	5	4	5
6	3	3	3	2	3	3
7	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	4	5
9	4	3	4	4	4	4
10	3	4	5	4	5	3
11	4	4	4	5	4	5
12	4	4	5	4	4	4
13	3	3	4	4	2	3
14	4	5	4	3	3	3
15	4	4	4	4	4	4
16	5	3	4	4	4	3
17	5	4	5	5	5	5
18	4	5	5	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4
20	5	5	4	5	4	4
21	3	4	3	4	4	4
22	3	3	2	3	3	3
23	4	4	5	4	4	5
24	5	5	5	5	5	5
25	5	5	4	5	5	5
26	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	3	3	3
28	5	5	5	4	5	5
29	4	3	4	4	4	4
30	4	4	4	4	3	4
31	2	2	3	2	2	2
32	4	3	3	4	3	3
33	2	2	3	2	2	2
34	4	4	4	4	3	3
35	4	4	4	5	4	5
36	3	3	3	2	3	3
37	4	4	4	4	4	4
38	5	5	5	5	4	5
39	4	3	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	5	4	5
42	4	4	5	4	4	4
43	3	3	4	3	3	3
44	4	4	5	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4
46	5	3	4	4	4	3
47	4	4	4	3	4	3
48	4	5	5	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4
50	5	4	4	5	5	4
51	3	4	3	4	4	4
52	4	4	4	3	4	3
53	4	4	5	4	4	5
54	5	5	5	5	5	5
55	5	5	4	5	5	5
56	4	4	4	4	4	4
57	4	3	3	4	3	4
58	5	3	4	4	4	3
59	4	3	4	4	4	4
60	4	4	4	4	3	4
61	4	4	5	4	4	4
62	5	5	5	5	5	5
63	4	4	5	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4
65	2	2	3	2	2	2

No	KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5	KP.6
66	4	3	4	4	4	4
67	4	3	5	4	4	4
68	4	4	4	4	3	4
69	5	3	4	4	4	3
70	4	3	3	4	3	3
71	4	3	4	4	4	4
72	4	4	4	4	3	3
73	4	4	4	5	4	5
74	3	3	3	2	3	3
75	4	4	4	4	4	4
76	5	5	5	5	4	5
77	4	3	4	4	4	4
78	3	3	5	4	5	4
79	4	4	4	5	4	5
80	4	4	5	4	4	4
81	3	3	4	4	2	3
82	5	4	5	5	5	5
83	4	4	4	4	4	4
84	5	3	4	4	4	3
85	4	5	4	3	3	3
86	4	5	5	4	4	4
87	4	4	4	4	4	4
88	5	5	4	5	4	4
89	3	4	3	4	4	4
90	3	3	2	3	3	3
91	4	4	5	4	4	5
92	5	5	5	5	5	5
93	5	5	4	5	5	5
94	4	4	4	4	4	4
95	4	3	4	3	4	3
96	5	5	5	4	5	5
97	4	3	4	4	4	4
98	4	4	4	4	3	4
99	3	4	5	4	5	3
100	5	3	4	4	4	3
101	5	4	5	5	4	4
102	4	3	3	4	3	3
103	4	4	4	4	3	3
104	4	4	4	5	4	5
105	3	3	2	3	3	3
106	5	5	5	5	4	5
107	4	3	4	4	4	4
108	4	4	4	5	4	5
109	3	3	3	4	3	3
110	5	4	5	5	5	5
111	4	4	4	4	4	4
112	5	4	5	5	5	5
113	4	5	5	4	4	4
114	4	4	4	4	4	4
115	3	4	3	4	4	4
116	3	2	3	3	3	3
117	4	4	5	4	4	5
118	5	5	4	5	5	5
119	4	4	4	4	4	4
120	4	3	4	3	4	3
121	5	4	5	5	5	5
122	4	4	4	4	3	4
123	4	3	4	4	5	4
124	2	2	3	2	2	2
125	4	3	3	4	3	3
126	4	3	4	4	4	4
127	4	3	3	4	4	4
128	4	4	4	5	4	5
129	3	3	3	2	3	3
130	4	4	4	4	4	4

No	KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5	KP.6
131	5	5	5	5	4	5
132	4	3	4	4	4	4
133	4	3	5	4	4	4
134	4	4	4	5	4	5
135	3	2	2	2	3	3
136	3	3	3	4	3	3
137	5	4	5	5	5	5
138	4	4	4	4	4	4
139	5	3	4	4	4	3
140	4	5	4	3	3	3
141	4	5	5	4	4	4
142	4	4	4	4	4	4
143	5	5	4	5	4	4
144	3	4	3	4	4	4
145	3	3	2	3	3	3
146	4	4	5	4	4	5
147	5	5	5	5	5	5
148	4	3	5	4	4	4
149	4	4	4	3	3	3
150	4	3	4	4	4	4
151	5	5	5	4	5	5
152	2	2	2	2	2	3
153	4	3	3	4	3	3
154	4	3	4	4	4	4
155	4	4	4	4	3	3
156	5	4	4	4	4	5
157	3	2	3	3	3	3
158	4	4	4	4	4	4
159	5	5	5	5	4	5
160	4	3	4	4	4	4
161	3	4	5	4	5	3
162	5	4	4	4	4	5
163	4	5	4	3	3	3
164	4	3	4	3	2	3
165	5	4	5	5	5	5
166	4	4	4	4	4	4
167	5	4	5	5	5	5
168	4	3	4	4	4	3
169	5	4	5	4	4	4
170	4	4	4	4	4	4
171	3	4	3	4	4	4
172	3	3	2	3	3	3
173	4	4	5	4	4	5
174	5	5	5	5	5	5
175	5	5	4	5	5	5
176	4	4	4	4	4	4
177	4	4	4	3	3	3
178	5	5	5	4	5	5
179	4	3	4	4	4	4
180	4	4	4	4	3	4
181	5	5	4	5	4	4
182	2	2	3	2	2	2
183	4	3	3	4	3	3
184	4	3	4	4	4	4
185	4	3	4	3	4	4
186	4	4	4	5	4	5
187	3	2	3	3	3	3
188	4	4	4	4	4	4
189	5	5	5	5	4	5
190	4	3	4	4	4	4
191	4	4	4	5	4	5
192	4	4	5	4	4	4
193	3	3	4	3	3	3
194	4	4	4	4	4	4
195	5	4	5	5	5	5

No	KP.1	KP.2	KP.3	KP.4	KP.5	KP.6
196	3	2	3	3	3	3
197	4	5	5	4	4	4
198	4	4	4	4	4	4
199	5	5	4	4	5	4
200	3	3	4	4	4	4
201	4	4	5	4	4	5
202	5	5	5	5	5	5
203	5	5	5	4	5	5
204	4	3	4	4	3	3
205	5	5	5	4	5	5
206	4	3	4	4	4	4
207	4	4	4	4	3	4
208	4	5	5	4	4	4
209	4	4	5	4	4	5



LAMPIRAN III: UJI VALIDITAS & RELIABILITAS
Validitas dan Reliabilitas: Kesadaran Merek

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,905	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KM.1	18,33	13,816	,825	,876
KM.2	18,37	13,826	,731	,889
KM.3	18,30	13,459	,803	,878
KM.4	18,23	12,944	,695	,901
KM.5	18,33	14,575	,733	,889
KM.6	18,10	15,403	,710	,895

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21,93	19,789	4,448	6

Validitas dan Reliabilitas: Konten Pemasaran Media Sosial

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	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	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPMS.1	26,60	20,386	,554	,901
KPMS.2	26,53	19,499	,673	,891
KPMS.3	26,67	19,471	,600	,898
KPMS.4	26,53	17,568	,760	,884
KPMS.5	26,37	19,137	,720	,887
KPMS.6	26,63	18,999	,723	,887
KPMS.7	26,33	18,644	,774	,882
KPMS.8	26,43	19,702	,749	,886

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
30,30	24,700	4,970	8

Validitas dan Reliabilitas: Keputusan Pembelian

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,908	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP.1	19,67	10,989	,770	,889
KP.2	19,77	11,013	,690	,900
KP.3	19,60	11,421	,673	,902
KP.4	19,67	10,713	,776	,888
KP.5	19,87	10,671	,763	,889
KP.6	19,77	10,254	,807	,883

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23,67	15,333	3,916	6

LAMPIRAN IV: ANALISIS PERSENTASE

Frequencies

Frequency Table

Apakah Anda memiliki akun Instagram:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya, saya memiliki	209	100,0	100,0	100,0

Apakah Anda menjadi pengikut (follower) akun Instagram resmi produk kecantikan merek MS GLOW @msglowbeauty

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya, saya pengikut akun Instagram @msglowbeauty	209	100,0	100,0	100,0

Apakah Anda pernah membeli produk kecantikan merek MS GLOW:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya, saya pernah membeli produk kecantikan merek MS GLOW	209	100,0	100,0	100,0

Berdasarkan ingatan Anda, kapan terakhir Anda membeli produk kecantikan merek MS GLOW

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 6 bulan yang lalu	209	100,0	100,0	100,0

Jenis kelamin:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	27	12,9	12,9	12,9
	Perempuan	182	87,1	87,1	100,0
	Total	209	100,0	100,0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18	4	1,9	1,9	1,9
19	9	4,3	4,3	6,2
20	30	14,4	14,4	20,6
21	58	27,8	27,8	48,3
22	79	37,8	37,8	86,1
23	25	12,0	12,0	98,1
24	4	1,9	1,9	100,0
Total	209	100,0	100,0	

Rata-rata pendapatan atau uang saku Anda dalam 1 bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 2.000.000	56	26,8	26,8	26,8
Rp 2.000.000 – < Rp 4.000.000	104	49,8	49,8	76,6
Rp 4.000.000 – < Rp 6.000.000	46	22,0	22,0	98,6
Rp 6.000.000 – < Rp 8.000.000	3	1,4	1,4	100,0
Total	209	100,0	100,0	

Rata-rata anggaran belanja produk kecantikan dalam 1 bulan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 200.000	21	10,0	10,0	10,0
Rp 200.000 – < Rp 400.000	68	32,5	32,5	42,6
Rp 400.000 – < Rp 600.000	97	46,4	46,4	89,0
Rp 600.000 – < Rp 800.000	21	10,0	10,0	99,0
Rp 800.000 – < Rp 1.000.000	2	1,0	1,0	100,0
Total	209	100,0	100,0	

LAMPIRAN V: ANALISIS DESKRIPTIF
Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KM.1	209	2,00	5,00	3,7560	,77384
KM.2	209	1,00	5,00	3,5981	,88860
KM.3	209	1,00	5,00	3,6938	,86158
KM.4	209	1,00	5,00	3,7895	1,03482
KM.5	209	1,00	5,00	3,6411	,77238
KM.6	209	2,00	5,00	3,8756	,68207
Kesadaran merek	209	1,83	5,00	3,7257	,68949
Valid N (listwise)	209				

Descriptives

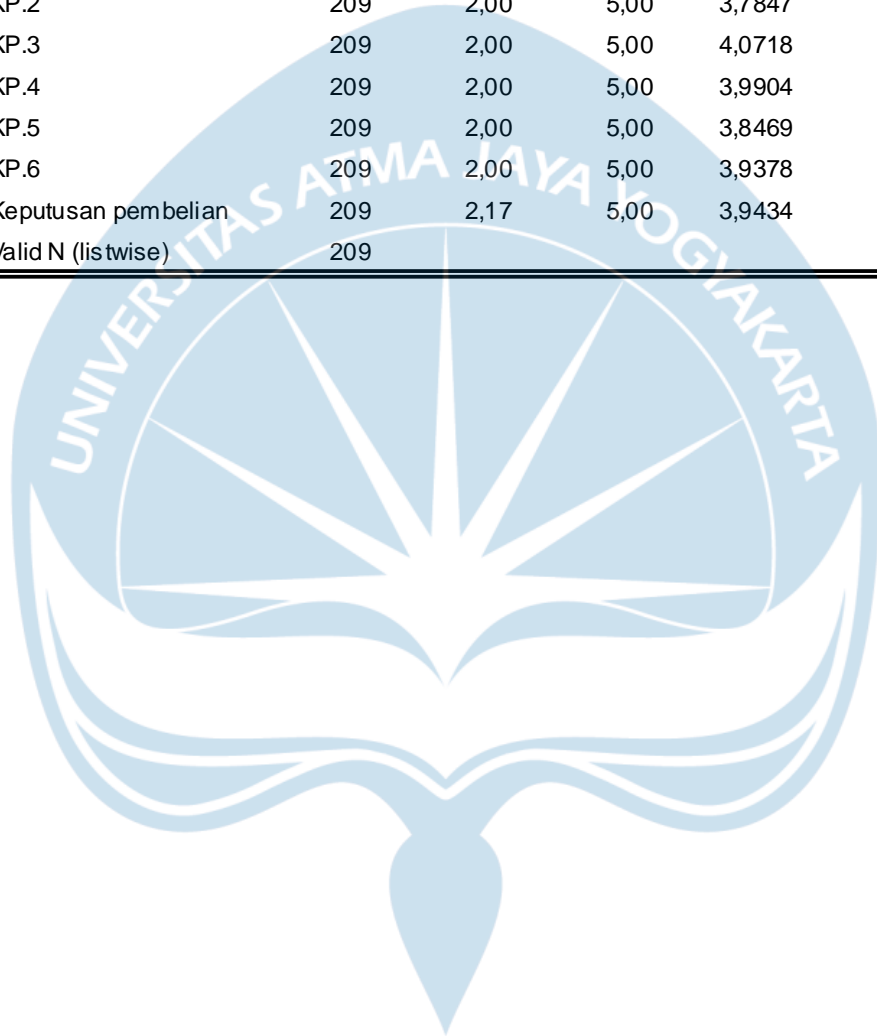
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KPMS.1	209	2,00	5,00	3,7560	,69530
KPMS.2	209	3,00	5,00	3,8086	,74144
KPMS.3	209	2,00	5,00	3,6507	,82480
KPMS.4	209	1,00	5,00	3,7990	,87585
KPMS.5	209	1,00	5,00	3,9522	,73877
KPMS.6	209	1,00	5,00	3,6555	,78812
KPMS.7	209	2,00	5,00	3,9904	,77205
KPMS.8	209	3,00	5,00	3,8947	,66392
Konten pemasaran media sosial	209	2,38	5,00	3,8134	,59053
Valid N (listwise)	209				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP.1	209	2,00	5,00	4,0287	,72665
KP.2	209	2,00	5,00	3,7847	,82425
KP.3	209	2,00	5,00	4,0718	,75295
KP.4	209	2,00	5,00	3,9904	,75314
KP.5	209	2,00	5,00	3,8469	,74389
KP.6	209	2,00	5,00	3,9378	,80918
Keputusan pembelian	209	2,17	5,00	3,9434	,64600
Valid N (listwise)	209				



LAMPIRAN VI: ANALISIS REGRESI

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Konten pemasaran media sosial, Kesadaran merek ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,789 ^a	,622	,619	,39895

a. Predictors: (Constant), Konten pemasaran media sosial, Kesadaran merek

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54,015	2	27,007	169,684	,000 ^a
	Residual	32,788	206	,159		
	Total	86,802	208			

a. Predictors: (Constant), Konten pemasaran media sosial, Kesadaran merek

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,545	,188		2,903	,004
	Kesadaran merek	,347	,051	,371	6,820	,000
	Konten pemasaran media sosial	,552	,059	,505	9,288	,000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

**LAMPIRAN VII: TABEL DISTRIBUSI R 5%
TABEL DISTRIBUSI R**

Df	5%	DF	5%	DF	5%	DF	5%
1	0.997	51	0.271	101	0.194	151	0.159
2	0.950	52	0.268	102	0.193	152	0.158
3	0.878	53	0.266	103	0.192	153	0.158
4	0.811	54	0.263	104	0.191	154	0.157
5	0.754	55	0.261	105	0.190	155	0.157
6	0.707	56	0.259	106	0.189	156	0.156
7	0.666	57	0.256	107	0.188	157	0.156
8	0.632	58	0.254	108	0.187	158	0.155
9	0.602	59	0.252	109	0.187	159	0.155
10	0.576	60	0.250	110	0.186	160	0.154
11	0.553	61	0.248	111	0.185	161	0.154
12	0.532	62	0.246	112	0.184	162	0.153
13	0.514	63	0.244	113	0.183	163	0.153
14	0.497	64	0.242	114	0.182	164	0.152
15	0.482	65	0.240	115	0.182	165	0.152
16	0.468	66	0.239	116	0.181	166	0.151
17	0.456	67	0.237	117	0.180	167	0.151
18	0.444	68	0.235	118	0.179	168	0.151
19	0.433	69	0.234	119	0.179	169	0.150
20	0.423	70	0.232	120	0.178	170	0.150
21	0.413	71	0.230	121	0.177	171	0.149
22	0.404	72	0.229	122	0.176	172	0.149
23	0.396	73	0.227	123	0.176	173	0.148
24	0.388	74	0.226	124	0.175	174	0.148
25	0.381	75	0.224	125	0.174	175	0.148
26	0.374	76	0.223	126	0.174	176	0.147
27	0.367	77	0.221	127	0.173	177	0.147
28	0.361	78	0.220	128	0.172	178	0.146
29	0.355	79	0.219	129	0.172	179	0.146
30	0.349	80	0.217	130	0.171	180	0.146
31	0.344	81	0.216	131	0.170	181	0.145
32	0.339	82	0.215	132	0.170	182	0.145
33	0.334	83	0.213	133	0.169	183	0.144
34	0.329	84	0.212	134	0.168	184	0.144
35	0.325	85	0.211	135	0.168	185	0.144
36	0.320	86	0.210	136	0.167	186	0.143
37	0.316	87	0.208	137	0.167	187	0.143
38	0.312	88	0.207	138	0.166	188	0.142
39	0.308	89	0.206	139	0.165	189	0.142
40	0.304	90	0.205	140	0.165	190	0.142
41	0.301	91	0.204	141	0.164	191	0.141
42	0.297	92	0.203	142	0.164	192	0.141
43	0.294	93	0.202	143	0.163	193	0.141
44	0.291	94	0.201	144	0.163	194	0.140
45	0.288	95	0.200	145	0.162	195	0.140
46	0.285	96	0.199	146	0.161	196	0.139
47	0.282	97	0.198	147	0.161	197	0.139
48	0.279	98	0.197	148	0.160	198	0.139
49	0.276	99	0.196	149	0.160	199	0.138
50	0.273	100	0.195	150	0.159	200	0.138