

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji peran kepuasan pelanggan sebagai mediator pengaruh kualitas layanan pada loyalitas pelanggan di Cafe FR92.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian hipotesis pertama diterima, yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan.
2. Hasil pengujian hipotesis kedua diterima, yang menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara langsung terhadap kepuasan pelanggan.
3. Hasil pengujian hipotesis ketiga diterima, yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas pelanggan.
4. Hasil pengujian hipotesis keempat diterima, yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

#### **5.2. Implikasi Manajerial**

Pada bagian ini berisikan implikasi manajerial yang ditujukan kepada Cafe FR92. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Cafe FR92 perlu melakukan promosi terhadap menu yang tidak disediakan didalam menu agar menarik pelanggan untuk membeli produk tersebut. Kemudian Cafe FR92 juga

perlu meningkatkan kualitas layanan agar tercapainya kepuasan pelanggan sehingga pelanggan tersebut dapat merekomendasikan Cafe FR92 ke calon pelanggan baru.

### **5.3. Keterbatasan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menyadari adanya keterbatasan. Keterbatasan tersebut tentunya merupakan suatu kelemahan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian ini. Pertama keterbatasan tersebut ialah sulitnya peneliti dalam mendapatkan data mengenai jumlah UMKM ataupun jumlah *cafe* yang tersebar di Kota Balikpapan.

Kedua, yang menjadi keterbatasan bagi peneliti adalah kurangnya responden yang berpartisipasi dalam penelitian dikarenakan responden yang memenuhi kriteria penelitian cukup terbatas. Hal tersebut dikarenakan penelitian ini memiliki kriteria yang hanya memungkinkan bagi penduduk Kota Balikpapan.

### **5.4. Saran Penelitian Selanjutnya**

Pada bagian ini, peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian dengan variabel yang sama. Untuk penelitian berikutnya, dapat melakukan penelitian dengan *cafe* atau objek lainnya. Hal ini dikarenakan kurangnya minat dari warga Kota Balikpapan mengenai Cafe FR92 yang menyebabkan kesulitan dalam mendapatkan data survei. Selain itu juga banyaknya *cafe* yang sudah berkembang dan lebih relevan untuk dijadikan objek penelitian. Sehingga perlunya penggunaan variabel dan objek yang berbeda untuk penelitian selanjutnya dapat memberikan kebaruan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.
- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2024). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 430–448. <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Fadli, R. (2023). *11 Manfaat Kopi Hitam untuk Kesehatan Tubuh*. Halodoc. <https://www.halodoc.com/artikel/11-manfaat-kopi-hitam-untuk-kesehatan-tubuh>
- Flores, A. F., Saldanha, E. S., & Vong, M. (2020). The Effect of Customer Satisfaction Mediation on the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty. *Timor Leste Journal of Business and Management*, 2, 56–65. <https://doi.org/10.51703/bm.v2i2.22>
- Gayatri. (2019). *Sejarah Perkembangan Kopi*. Dinas Pertanian Pemerintah Kabupaten Buleleng. <https://distan.bulelengkab.go.id/informasi/detail/berita/sejarah-perkembangan-kopi-44>
- Gregorius Titan R.D, & I Gst Agung Ketut Gede Suasana. (2023). The Role of Satisfaction as Mediator of the Effect of Service Quality on Customer Loyalty. *International Journal of Asian Business and Management*, 2(4), 513–526. <https://doi.org/10.55927/ijabm.v2i4.5626>
- Hair, J. F., Tomas, G., Hult, M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) USING R*. <https://www.researchgate.net/publication/354331182>
- Hanin, N., & Adi, A. C. (2023). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Cafe Bagi Mahasiswa Kota Pontianak Dengan Metode SAW. *Jurnal Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 9(2), 95–102. <https://doi.org/10.25077/teknosi.v9i2.2023.95-102>
- Harazneh, I., Adaileh, M. J., Thbeitat, A., Afaneh, S., Khanfar, S., Harasis, A. A., & Elrehail, H. (2020). The impact of quality of services and satisfaction on customer loyalty: The moderate role of switching costs. *Management Science Letters*, 10(8), 1843–1856. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.12.034>
- Herokholiqi, M. E., & Cahyana, A. S. (2018). *ANALISA KUALITAS PELAYANAN BIOSKOP TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE STRUCTURAL EQUATION MODELING (SEM)*.
- Hult, G. T. M., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) USING R*. <http://www>.

- Insani, F., Hilmy Cahyadi, M., & Khotimah, K. (2022). *Kajian Strategi Pemberdayaan Ekonomi Mikro pada UMKM: Studi Kasus Daerah Wiyung Surabaya*.
- Kisah Berdirinya Kafe yang Kini menjadi Tempat Ternyaman bagi Mahasiswa*. (2023). Linkumkm. <https://linkumkm.id/news/detail/12972/kisah-berdirinya-kafe-yang-kini-menjadi-tempat-ternyaman-bagi-mahasiswa>
- Kota Balikpapan Dalam Angka 2024. (2024). *Badan Pusat Statistik Kota Balikpapan*. <https://balikpapankota.bps.go.id/publication/2024/02/28/d677bf953231438416685773/kota-balikpapan-dalam-angka-2024.html>
- Mohanasundari, S. K., Kumar Kasturi, V., Peter, M., & Deepika Dayal, E. (2023). Key disparities between quantitative and qualitative research methodologies. In *Technology International Journal of Advance Research*. <https://www.ijariit.com>
- Nadirah, Pramana, A. D., & Zari, N. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mix Method (Mengelola Penelitian Dengan Mendeley dan Nvivo)*. CV. AZKA PUSTAKA.
- Nunan, D., Birks, D. F., & Malhotra, N. K. (2020). *Marketing Research* (6th ed.). Pearson International Content. <https://bookshelf.vitalsource.com/books/9781292308760>
- Nyan, L. M., Rockson, S. B., & Addo, P. K. (2020). The Mediation Effect of Customer Satisfaction on the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty. *Journal of Management and Strategy*, 11(3), 13. <https://doi.org/10.5430/jms.v11n3p13>
- Oktafarel, K. M., Khouw, M., Augusta, D. N., Arifin, A., Ekomadyo, A. S., & Susanto, V. (2021). Indonesian Coffee Culture and Heritage: Demystifying the Heritage Value of Coffee Shops inside Historical Buildings in Jakarta and Bandung. *Local Wisdom : Jurnal Ilmiah Kajian Kearifan Lokal*, 13(1). <https://doi.org/10.26905/lw.v13i1.5088>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Alternative scales for measuring service quality: A comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria. *Journal of Retailing*, 70(3), 201–230. [https://doi.org/10.1016/0022-4359\(94\)90033-7](https://doi.org/10.1016/0022-4359(94)90033-7)
- Pérez-Morón, J., Madan, S., Cheu, J. Y., Kee, D. M. H., Cheong, L. C., Chin, R., Cheng, J., & García, A. P. M. (2022). Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A case study of Starbucks in Malaysia. *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific*, 5(1). <https://doi.org/10.32535/ijthap.v5i1.1402>
- Ramli, R. R., & Djumena, E. (2023). *UMKM Makanan dan Minuman Keluhkan Penurunan Omzet*. Kompas.Com.

- <https://money.kompas.com/read/2023/08/10/154000726/umkm-makanan-dan-minuman-keluhkan-penurunan-omzet--kacau-malah-lebih-parah>
- Sao, A., Kumar, A., Bapat, G., Khan, M. S., & Singh, S. (2023). Analysing Customer Loyalty, Customer Satisfaction and Service Quality at DLF Mall of India. *Marketing and Management of Innovations*, 14(1), 146–157. <https://doi.org/10.21272/mmi.2023.1-13>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach* (8th ed.). Wiley Global Education US.
- Setyadi, B., Helmi, S., & Syed Ismail bin Syed Mohamad. (2023). Customer Satisfaction Mediates the Influence of Service Quality on Customer Loyalty in Islamic Banks. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, 7(1), 25–36. <https://doi.org/10.28918/ijibec.v7i1.6924>
- Shaid, N. Jamal, & Idris, M. (2023). *Pengertian UMKM, Kriteria, Ciri dan Contohnya*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2022/01/19/051518426/pengertian-umkm-kriteria-ciri-dan-contohnya?page=all>
- Shrestha, P. M. (2021). Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *Management Dynamics*, 24(2), 71–80. <https://doi.org/10.3126/md.v24i2.50041>
- Singh, V. (2023). *Service Quality, Customer Satisfaction And Customer Loyalty: A Comprehensive Literature Review*. <https://doi.org/10.53555/sfs.v10i4S.2218>
- Statistik Kopi Indonesia 2022. (2023). *Badan Pusat Statistik*. <https://www.bps.go.id/id/publication/2023/11/30/abde293e6c0fc5d45aaa9fe8/statistik-kopi-indonesia-2022.html>
- Supriyanto, A., Wiyono, B. B., & Burhanuddin, B. (2021). Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1937847>
- Surahman, I. G. N., Yasa, P. N. S., & Wahyuni, N. M. (2020). The Effect of Service Quality on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction in Tourism Villages in Badung Regency. *Jurnal Ekonomi & Bisnis JAGADITHA*, 7(1), 46–52. <https://doi.org/10.22225/jj.7.1.1626.46-52>
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 20 TAHUN 2008. (2008). . <https://peraturan.bpk.go.id/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>
- Yadav, M. K., & Rai, A. K. (2019). *An Assessment of the Mediating Effect of Customer Satisfaction on the Relationship Between Service Quality and Customer Loyalty*.
- Yuwono, T., Triwibowo, R. N., Tajudin, T., & Sefiani, H. N. (2023). *MARKETING UMKM*.

Zhao, X., Lynch, J. G., & Chen, Q. (2010). Reconsidering Baron and Kenny: Myths and truths about mediation analysis. *Journal of Consumer Research*, 37(2), 197–206. <https://doi.org/10.1086/651257>



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Halo teman-teman!

Perkenalkan saya Marianus Rinaldy Anjaya Tjong, mahasiswa Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saat ini, saya sedang dalam proses menyelesaikan tugas akhir skripsi dan saya meminta bantuan teman-teman untuk berpartisipasi dalam penelitian yang saya lakukan mengenai "Peran Kepuasan Pelanggan sebagai Mediator Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Loyalitas Pelanggan di Cafe FR92".

Untuk kepentingan tersebut, saya mengharapkan kesediaan Anda untuk berpartisipasi menjadi responden dalam penelitian ini. Adapun kriteria responden yang dibutuhkan, sebagai berikut:

1. Berdomisili di Balikpapan
2. Pernah mengunjungi Cafe FR92 lebih dari dua kali

Terima kasih,

MARIANUS RINALDY ANJAYA TJONG

#### **Pertanyaan Filter:**

Apakah anda berdomisili di Balikpapan?

- Ya
- Tidak

Apakah anda pernah mengunjungi Cafe FR92 lebih dari dua kali dalam sebulan terakhir?



- Ya
- Tidak

### **Profil Responden**

#### Jenis Kelamin

- Pria
- Wanita

#### Usia

- <17
- 17 – 21
- 22 – 26
- 27 – 31
- >31

#### Pekerjaan

- Pelajar/Mahasiswa
- Wirausaha
- Karyawan Swasta
- Lainnya

#### Rata-rata pendapatan per bulan

- < Rp 1.000.000
- Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000
- Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
- > Rp 3.000.000

Seberapa sering anda mengunjungi Cafe FR92 dalam kurun waktu satu bulan?



- < 3 kali
- 3 – 5 kali
- 6 – 8 kali
- > 8 kali

Rata-rata pengeluaran untuk pembelian produk Cafe FR92 dalam kurun waktu satu bulan?

- < Rp 1.000.000
- Rp 1.000.001 – Rp 2.000.000
- Rp 2.000.001 – Rp 3.000.000
- > Rp 3.000.000

#### **Petunjuk Pengisian Kuesioner**

Harap pilih satu jawaban istilah pernyataan di bawah ini dengan skala likert.

Mohon mengisi kuesioner ini sesuai dengan sesungguhnya, keterangan sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

#### **Bagian 1: Kualitas Layanan (*Service Quality*)**

*Service Quality* mengarah pada retensi pelanggan yang sudah ada dan daya tarik pelanggan baru, pengurangan biaya, peningkatan citra perusahaan dan

penyampaian pesan yang positif melalui rekomendasi dari mulut ke mulut dan pada akhirnya meningkatkan profitabilitas.

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Cafe FR92 memiliki interior yang sangat menarik secara visual.					
2.	Lokasi Cafe FR92 dapat di akses dengan mudah.					
3.	Cafe FR92 memberikan informasi yang lengkap mengenai menu yang disediakan.					
4.	Saya merasa nyaman menghabiskan waktu di Cafe FR92.					
5.	Cafe FR92 mendengarkan keluhan dan keinginan pelanggannya dengan baik.					

### Bagian 2: Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Secara umum kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang diperoleh dengan hasil yang diperolehnya kinerja yang diharapkan.

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya merasa senang dengan pelayanan Cafe FR92.					
2.	Saya merasa puas dengan pelayanan Cafe FR92.					
3.	Saya merasa lebih baik saat mendapatkan pelayanan dari Cafe FR92.					
4.	Saya menikmati proses pelayanan yang diberikan oleh Cafe FR92.					

### Bagian 3: Loyalitas Pelanggan (*Customer Loyalty*)

Loyalitas lebih ditujukan pada perilaku tidak acak yang ditunjukkan oleh rutinitas pembelian. Perilaku atau kejadian yang tidak acak yaitu jika pelanggan mengetahui keunggulan suatu barang atau jasa tertentu dan sesuai dengan kebutuhan, maka pelanggan akan cenderung *loyal*.

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya bersedia berkunjung ke Cafe FR92 di kemudian hari.					
2.	Saya tertarik membeli produk lain yang disediakan oleh Cafe FR92 selain yang terdapat di menu.					
3.	Saya akan merekomendasikan Cafe FR92 kepada orang lain.					

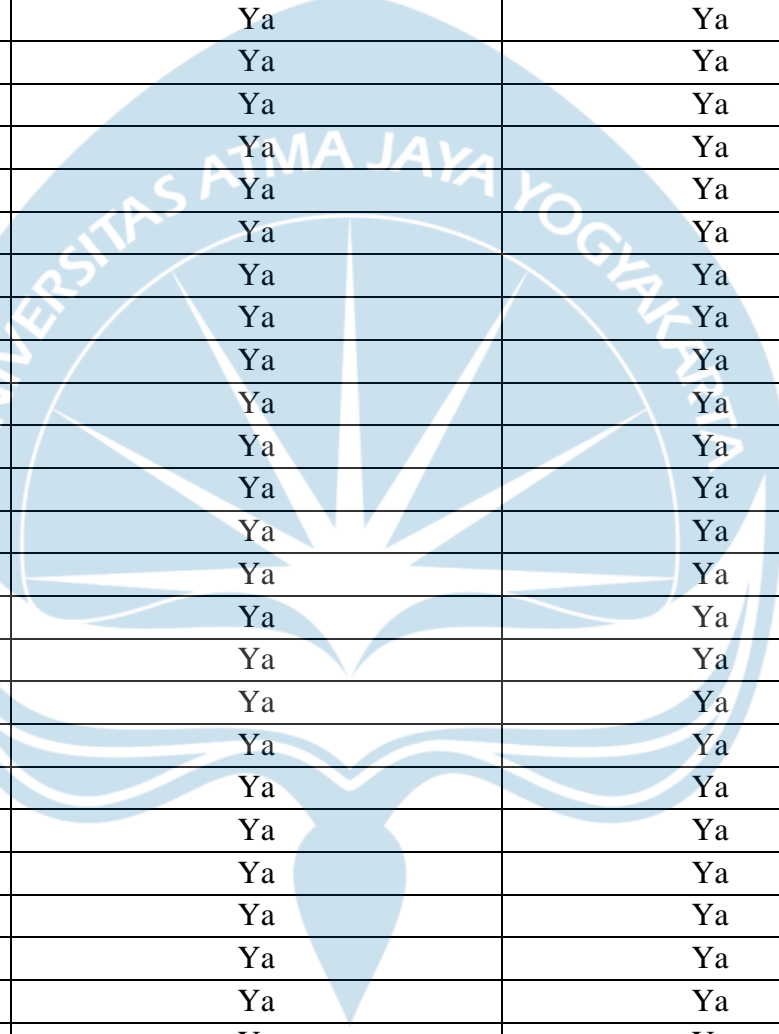
## Lampiran 2 Data Mentah Kuesioner

### Pertanyaan Filter

No	Apakah anda berdomisili di Balikpapan?	Apakah anda pernah mengunjungi Cafe FR92 lebih dari dua kali dalam sebulan terakhir?
1	Ya	Ya
2	Ya	Ya
3	Ya	Ya
4	Ya	Ya
5	Ya	Ya
6	Ya	Ya
7	Ya	Ya
8	Tidak	
9	Ya	Ya
10	Tidak	
11	Ya	Ya
12	Ya	Ya
13	Ya	Ya
14	Ya	Ya
15	Ya	Ya
16	Ya	Ya

17	Ya	Ya
18	Ya	Ya
19	Ya	Ya
20	Ya	Ya
21	Ya	Ya
22	Ya	Ya
23	Ya	Ya
24	Ya	Ya
25	Ya	Ya
26	Ya	Ya
27	Ya	Ya
28	Ya	Ya
29	Ya	Ya
30	Ya	Ya
31	Ya	Ya
32	Ya	Ya
33	Ya	Ya
34	Ya	Ya
35	Ya	Ya
36	Ya	Ya
37	Ya	Ya
38	Ya	Ya
39	Ya	Ya
40	Ya	Ya
41	Ya	Ya
42	Ya	Ya
43	Ya	Ya
44	Ya	Ya
45	Ya	Tidak
46	Ya	Ya
47	Ya	Ya
48	Ya	Ya
49	Ya	Ya
50	Ya	Ya
51	Ya	Ya
52	Ya	Ya
53	Ya	Ya
54	Ya	Ya
55	Ya	Tidak
56	Ya	Ya

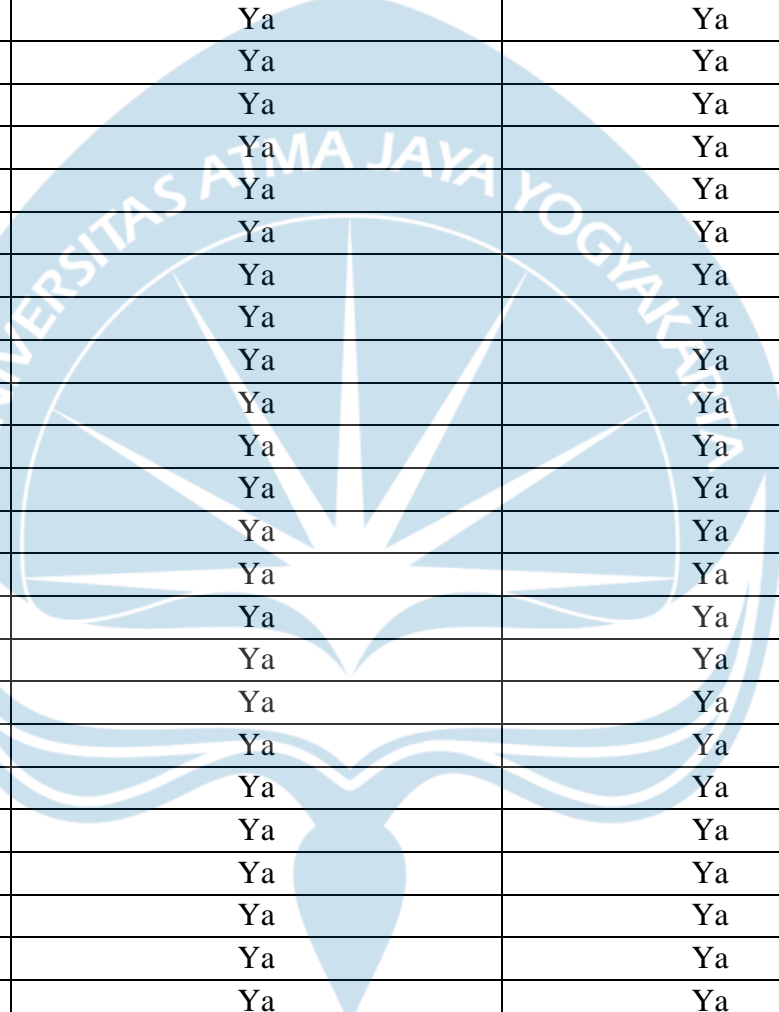
57	Ya	Ya
58	Ya	Ya
59	Ya	Ya
60	Ya	Ya
61	Ya	Ya
62	Ya	Ya
63	Ya	Ya
64	Ya	Ya
65	Ya	Ya
66	Ya	Tidak
67	Ya	Ya
68	Ya	Ya
69	Ya	Ya
70	Ya	Ya
71	Ya	Ya
72	Ya	Ya
73	Ya	Ya
74	Ya	Ya
75	Ya	Ya
76	Ya	Ya
77	Ya	Ya
78	Ya	Ya
79	Ya	Ya
80	Ya	Ya
81	Ya	Ya
82	Ya	Ya
83	Ya	Ya
84	Ya	Ya
85	Ya	Ya
86	Ya	Ya
87	Ya	Ya
88	Ya	Ya
89	Ya	Ya
90	Ya	Ya
91	Ya	Ya
92	Ya	Ya
93	Ya	Ya
94	Ya	Ya
95	Ya	Ya
96	Ya	Ya



97	Ya	Ya
98	Ya	Ya
99	Ya	Ya
100	Ya	Ya
101	Ya	Ya
102	Ya	Ya
103	Ya	Ya
104	Ya	Ya
105	Ya	Ya
106	Ya	Ya
107	Ya	Ya
108	Ya	Ya
109	Ya	Ya
110	Ya	Ya
111	Ya	Ya
112	Ya	Ya
113	Ya	Ya
114	Ya	Ya
115	Ya	Ya
116	Ya	Ya
117	Ya	Ya
118	Ya	Ya
119	Ya	Ya
120	Ya	Ya
121	Ya	Ya
122	Ya	Ya
123	Ya	Ya
124	Ya	Ya
125	Ya	Ya
126	Ya	Ya
127	Ya	Ya
128	Ya	Ya
129	Ya	Ya
130	Ya	Ya
131	Ya	Ya
132	Ya	Ya
133	Ya	Ya
134	Ya	Ya
135	Ya	Ya
136	Ya	Ya

137	Ya	Ya
138	Ya	Ya
139	Ya	Ya
140	Ya	Ya
141	Ya	Ya
142	Ya	Ya
143	Ya	Ya
144	Ya	Ya
145	Ya	Ya
146	Ya	Ya
147	Ya	Ya
148	Ya	Ya
149	Ya	Ya
150	Ya	Ya
151	Ya	Ya
152	Ya	Ya
153	Ya	Ya
154	Ya	Ya
155	Ya	Ya
156	Ya	Ya
157	Ya	Ya
158	Ya	Ya
159	Ya	Ya
160	Ya	Ya
161	Ya	Ya
162	Ya	Ya
163	Ya	Ya
164	Ya	Ya
165	Ya	Ya
166	Ya	Ya
167	Ya	Ya
168	Ya	Ya
169	Ya	Ya
170	Ya	Ya
171	Ya	Ya
172	Ya	Ya
173	Ya	Ya
174	Ya	Ya
175	Ya	Ya
176	Ya	Ya





177	Ya	Ya
178	Ya	Ya
179	Ya	Ya
180	Ya	Ya
181	Ya	Ya
182	Ya	Ya
183	Ya	Ya
184	Ya	Ya
185	Ya	Ya
186	Ya	Ya
187	Ya	Ya
188	Ya	Ya
189	Ya	Ya
190	Ya	Ya
191	Ya	Ya
192	Ya	Ya
193	Ya	Ya
194	Ya	Ya
195	Ya	Ya
196	Ya	Ya
197	Ya	Ya
198	Ya	Ya
199	Ya	Ya
200	Ya	Ya
201	Ya	Ya
202	Ya	Ya
203	Ya	Ya
204	Ya	Ya
205	Ya	Ya
206	Ya	Ya

### Pertanyaan Profil Responden

No	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Rata-rata pendapatan per bulan	Seberapa sering anda mengunjungi Cafe FR92 dalam satu bulan?	Rata-rata pengeluaran untuk pembelian produk Cafe FR92 dalam kurun waktu satu bulan?
1	Wanita	22-26	S1	Pelajar/Mahasiswa	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	3-5 Kali	< Rp 1.000.000
2	Pria	17-21	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	3-5 Kali	< Rp 1.000.000
3	Pria	22-26	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	6-8 Kali	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
4	Pria	22-26	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 3.000.000	3-5 Kali	< Rp 1.000.000
5	Pria	22-26	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	3-5 Kali	< Rp 1.000.000
6	Pria	17-21	SMA/SMK	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	3-5 Kali	< Rp 1.000.000
7	Pria	17-21	S1	Pelajar/Mahasiswa	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	6-8 Kali	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
8	Pria	22-26	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp 3.000.000	6-8 Kali	< Rp 1.000.000
9	Pria	27-31	SMA/SMK	Wirausaha	> Rp 3.000.000	3-5 Kali	< Rp 1.000.000
10	Pria	27-31	S1	Lainnya	> Rp 3.000.000	<3 Kali	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
11	Pria	>31	S1	Wirausaha	> Rp 3.000.000	<3 Kali	< Rp 1.000.000
12	Pria	>31	SMA/SMK	Lainnya	Rp 2.000.001 - Rp 3.000.000	<3 Kali	< Rp 1.000.000
13	Pria	>31	S1	Wirausaha	> Rp 3.000.000	3-5 Kali	< Rp 1.000.000
14	Pria	>31	S1	Wirausaha	> Rp 3.000.000	3-5 Kali	> Rp 3.000.000
15	Pria	17-21	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 1.000.000	6-8 Kali	< Rp 1.000.000